

التدرج البلاغي في الرسالة الصحفية

مقاربة تفسيرية للمسلم الحجاجي

في قوالب تحرير الخبر والتقرير والتحقيق والمقال الصحفي



د. أكرم فرج الربيعي



التدرج البلاغي

في

الرسالة الصحفية

التدرج البلاغي في الرسالة الصحفية

مقاربة تفسيرية للسلم الحجاجي في قوالب تحرير الخبر والتقرير
والمقال والتحقيق الصحفي

د. أكرم فرج الربيعي

الطبعة الأولى
2016م



دار امجد للنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2016/1/337)

070.41

ISBN:978-9957-99- 289-7: یدمک

Copyright ©

جميع الحقوق محفوظة: لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر.

All rights reserved. NO Part of this book may be reproduced, stored in aretrival system, or transmitted in any form or by any means, without prior permission in writing of the publisher.

دار أمجد للنشر والتوزيع

جوال :

۰۰۹۶۷۶ ۹۶۵۲۲۷۲ :هاتف

۰۰۹۶۷۶ ۹۶۵۲۲۷۲ :فاکس

dar.almajd@hotmail.com

dar.amjad2014dp@yahoo.com

عمان - الأردن - وسط البلد - مجمع الفجيس - الطابق الثالث



مقدمة

نحمد الله ونشكره على نعمه الكثيرة، ومنها نعمة المعرفة والبحث العلمي والتقصي عن تفسير ما هو غامض او يحتاج الى توضيح، وبتوفيق من الباري عز وجل استطعت التوصل الى تحديد الاساس العلمي والتفسيري اللغوي في قوالب تحرير الرسالة الصحفية بمختلف انواعها، فمن يتابع الاصدارات الاعلامية العربية والاجنبية يجد انها تتحدث عن قوالب تحرير الانواع الصحفية على وفق قاعدة الهرم المقلوب والهرم المعتدل، ولم نجد من يبحث في الاساس العلمي اللغوي الذي استندت اليه هذه القوالب، بل قدمت هذه الاصدارات توصيات بالابتعاد عن المظاهر البلاغية عند تحرير الرسالة الصحفية، فهل يعني ذلك وجود درجة الصفر البلاغي في الرسالة الصحفية ؟

ان أهمية هذا الكتاب تنبع من اختيار نوع المشكلة المراد بحثها والتي تتميز بالجدة ولم يتطرق لها سابقا، فضلا عن شموليتها التي تحتاج إلى صفحات كثيرة لدراستها بسبب ارتباطها بالأسلوبية ومداخلها، فالمشكلة البسيطة لا تقود إلا إلى إسهام متواضع وضئيل في ميدان البحث العلمي، لذلك جاء اختيار هذا الموضوع الذي يتسم ببعض الصعوبة الناجمة عن اختلاف وجهات النظر بين اللغويين والإعلاميين إزاء تطبيق مستويات اللغة في التحرير الإعلامي ليسهم في تحديد نوع التصاعد البلاغي الذي تقتضيه عملية تحرير الرسالة الإعلامية.

ومن هنا يبرز السؤال الرئيسي الآتي : هل هناك علاقة بين التدرج البلاغي وعملية تحرير الرسالة الإعلامية ؟

وتتفرع عن هذا السؤال مجموعة تساؤلات يحتاجها الباحثون الاعلاميون واللغويون والعاملون في حقل الاعلام والصحافة وخصوصا العاملين في غرف

التحرير الصحفي اذ يجيب عنها هذا الكتاب في دراسته للتدرج البلاغي في الرسالة
الصحفية وتتمثل بالاتي :

1. ما العلاقة بين البلاغة والاتصال الاعلامي بمختلف اشكاله ؟
 2. ما حدود العلاقة بين التدرج البلاغي في اللغة العربية ومراحل تحرير الرسالة الصحفية ؟ وفي أي نوع من الأنواع الصحفية يزداد استخدام التصاعد البلاغي؟
 3. هل يتطلب التصاعد البلاغي في تحرير الرسالة الإعلامية بمختلف أنواعها تصاعداً
أسلوبياً في الوقت نفسه ؟
 4. ما مدى وجود درجة الصفر البلاغي في الرسالة الإعلامية بمختلف أنواعها ؟
 5. هل هناك إمكانية لوضع نموذج إعلامي للتدرج البلاغي في تحرير الرسالة الإعلامية ؟
 6. هل تعتمد الرسالة الصحفية في تحريرها على ترتيب الحجج الإعلامية ؟
- واذا كانت الاجابة بنعم فما هو السلم الذي تعتمده في هذا الترتيب ؟
- ان الاجابة عن هذه التساؤلات تفتح افاقاً جديدة للغوص في تحليل الرسالة الصحفية وتناولها بطرائق جديدة، فقد بحثت العديد من الدراسات الاعلامية واللغوية في اساليب الاقتناع في الرسالة الاعلامية ولكنها لم تشر الى مدى اعتبار الخطاب الصحافي خطاباً حجاجياً، طالما يعتمد في تحريره وصياغته على عرض الحجج والوقائع والحقائق بهدف التأثير والاقناع ولفت النظر واثارة انتباه المتلقي لمضمونه.
- واذا كان الخطاب الصحفي في بعض مراحل اعداده خطاباً حجاجياً، فإنه من الطبيعي ان يخضع لآليات السلم الحجاجي في ترتيب وقائعه وحججه ومعلوماته على وفق اسلوب التدرج ؟

لقد ساهم هذا الكتاب في تقديم امودج اعلامي للتدرج البلاغي في الرسالة الصحفية كان قد اقترحه مؤلفه في بحث لا يتجاوز خمسة عشر صفحة وقدمه الى الملتقى العلمي العالمي التاسع للغة العربية الذي عقد في اندونيسيا للمدة من 27 - 29 اب عام 2015، ونال اهتمام الباحثين والمشاركين في هذا الملتقى العلمي، ولأعمام الفائدة العلمية كان لابد من التوسع في بحث هذا الموضوع وتناول السلم الحجاجي وقوانينه اذ لم تسمح حدود الصفحات المقدمة للملتقى من تناول المتغيرات الاخرى التي ترتبط بهذا الموضوع مما دفعنا لتأليف هذا الكتاب.

وكما معروف عند اللغويين ان المحاجة تعتمد على تقديم عدد كبير من الحجج مختارة اختياراً حسناً ومرتببة ترتيباً محكماً لتترك اثرها في المتلقي، يمارس الاعلاميون هذا الاسلوب في تحرير رسائلهم الصحفية بمختلف انواعها (الخبر والتقرير والتحقيق والمقال والحديث الصحفي) عن طريق ترتيب المعلومات من الاكثر اهمية الى الاقل اهمية او بالعكس مستخدمين قوالب الهرم المقلوب او المعتدل بما يناسب كل موضوع، ويأتي هذا الكتاب ليحدد الآلية الحجاجية البلاغية في تحرير الانواع الصحفية ويقدم تفسيراً علمياً لهذه العلاقة.

ويتكون هذا الكتاب من ثلاثة فصول الاول حمل عنوان درجات البلاغة في التعبير الصحفي من خلال ثلاثة محاور، اعتنى المحور الاول فيه ببلاغة الاقناع في الاتصال والرسالة الصحفية، فيما اهتم الثاني بالتعبير البلاغي في الخطاب الصحفي، بينما فسر المحور الثالث مدى وجود درجة الصفر البلاغي في الرسالة الصحفية.

اما الفصل الثاني فقد حمل عنوان السلم الحجاجي في قوالب تحرير الانواع الصحفية عن طريق ثلاثة محاور الاول اهتم بعلاقة الحجاج وسلمه بالرسالة الصحفية، والثاني اعتنى بالتصاعد البلاغي في قوالب تحرير الانواع الصحفية، والثالث تطرق الى الاسلوب التقريري والتدرج البلاغي الحجاجي.

وحمل الفصل الثالث عنوان النموذج الاعلامي للتدرج البلاغي في الرسالة الصحفية عن طريق تمهيد واربعة محاور الاول ركز في النموذج الصحفي مفهومه واغراض استعماله، والثاني تناول التبسيط في النماذج الصحفية، والثالث اهتم بأنموذج المحاجة الاخباري، والرابع اهتم بأنموذج الاعلامي الحجاجي وشرح فقراته، اذ يقدم هذا المحور انموذجا مقترحا من قبل المؤلف الباحث يحدد فيه آليات التدرج البلاغي في تحرير الانواع الصحفية، فضلا عن الاستنتاجات والنتائج التي تمخضت عنها هذه الدراسة، وقد اعتمد في اعداد هذا الكتاب على العديد من المصادر العلمية اللغوية والاعلامية بما يحقق الهدف من تأليفه.

ومن الله التوفيق

المؤلف

د. اكرم فرج الربيعي

الفصل الاول

درجات البلاغة في التعبير الصحفي

أولاً : بلاغة الإقناع في الاتصال والرسالة الصحفية

تقوم البلاغة على مبدأ الاتصال اذ تبحث في كيفية استخدام اللغة بطريقة سليمة تضمن وصول قصد المتكلم ومراده الى مخاطبه والتأثير فيه عن طريق توظيف ما يناسب من ادوات اللغة وتراكيبها، ومراعاة حاله اثناء الكلام بما يضمن نجاعة الخطاب في النهاية.¹ ولتحقيق الاتصال ينبغي مراعاة بلاغة الكلام أي "مطابقته لمقتضى الحال مع فصاحته"² فعلى البليغ ان يأخذ بنظر الاعتبار طبيعة من يسوق كلامه اليه والظرف المحيط به وجوه النفسي، فأول ما تنصرف اليه البلاغة هو البلاغ اذ تعالج كيفية التأثير في الآخر واقناعه وبيان المقاصد التي يهدف القارئ بالاتصال الى تحقيقها، وهذا يعد من صميم البحث التداولي الذي يعالج درجات التفاعل الاتصالي بين المخاطب والمخاطب وشدة التأثير وقوته التي تتم بالأفعال الكلامية الموصوفة في الخطاب والادوات المختلفة (ادوات التوكيد والنفي والتعريف والتنغيم) وكذا تحديد سمات الخطاب الفعال (الكلام البليغ).³ ومن هنا يتضح ان للبلاغة وشائج قري مع نظرية الاتصال واللسانيات التداولية فاذا كانت الاخيرة في اوجز تعريفاتها هي دراسة مناحي الكلام او دراسة اللغة حين الاستعمال فأن البلاغة هي المعرفة باللغة اثناء استعمالها.⁴

1 باديس لهوميل، التداولية واللغة العربية، ابحاث في اللغة والادب الجزائري، مجلة المحبر، العدد السابع، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2011، ص165.

2 الايصاح في علوم البلاغة، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ص11.

3 خليفة بوجادي، في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم، بيت الحكمة للشر والتوزيع العلمة، الجزائر، 2009، ص154.

4 خليفة بوجادي، مصدر سابق، ص154.

وبذلك تدل البلاغة في اللغة على إيصال معنى الخطاب كاملاً إلى المتلقي، سواء أكان مستمعا أم قارئاً، فالإنسان حينما يمتلك البلاغة يستطيع إيصال المعنى إلى المستمع بإيجاز ويؤثر عليه⁵.

فالبلاغة الحديثة تدرس أشكال الاتصال المؤثر كلها، إذ تبنى هذه البلاغة في عملية الحجاج على عاملين جوهريين هما⁶:

1. وجود الوسيلة الفنية التي تتيح حدوث الاتصال، أي اللغة التي يشترك فيها المتكلم وجمهوره.

2. ضرورة أن يكيف المتكلم نفسه مع جمهوره.

وقد فسر نموذج ولبرشام الاتصالي هذين العاملين المشار إليهما آنفاً إذ يركز في الإطار الدلالي المشترك بين المرسل والمستقبل، فقد قدم هذا النموذج مفاهيم مهمة مثل الإطار الدلالي للمرسل (المحرر) والمتلقي (القارئ) وأهمية الخبرة المشتركة في تسهيل الاتصال وتوصيل المعاني، فحينما يسعى المصدر الاتصالي إلى نقل معلوماته إلى شخص آخر فإن عليه أن يضع تلك المعلومات في شكل يمكن نقله، أي وضعها في رموز، وحين نضع الأفكار في كلمات مكتوبة نستطيع نقل معانيها بسهولة وفاعلية، ولكي تكتمل عملية الاتصال لابد من فك رموز الرسالة وفي هذه الحالة قد نهتم بأمر مثل: هل سيفهم الرسالة؟ هل سيفسرها دون أن يحرفها؟ هل ستلفت الرسالة انتباه المتلقي؟ وهل تشبه الصورة التي في ذهن المتلقي تلك التي في ذهن المرسل (المحرر)⁷.

5 ويكيبيديا : الموسوعة الحرة

6 د وداد محمد بوقل، بلاغيات الخطاب الاعلامي واثرا في لغة الطفل، كلية الآداب - جامعة الملك سعود، بحث pdf منشور على الشبكة الدولية (الانترنت)، ص171.

7 د جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، ط2، كلية الاعلام - جامعة القاهرة، 1978، ص187.

وبتعبير آخر ضرورة وجود تطابق في المفهوم الدلالي بين المحرر والمتلقي، ذلك لأن " فهم الرسالة الواحدة بمعانٍ مختلفة من قبل الجمهور يعد تشويشا لغويا"⁸، كما أن عدم وجود معانٍ وخبرات مشتركة بين المحرر والقارئ يولد انقطاعا بينهما، وهذا الانقطاع يسمى بالتشويش الدلالي⁹.

وعليه فإن تحديد معاني الكلمات يعني الاتفاق الجمعي حيال ما ترمي إليه الرموز وبشكل يسهل عملية الاتصال، فالمعنى الخاص بالكلمة أو العبارة اللغوية يتميز بمستويين:¹⁰ الأول دلالي وهو المعنى الاصطلاحي المتفق عليه جميعا والذي تتداوله القواميس اللغوية والألسن البشرية في التفاعل اليومي ويسمى المعنى العام والثاني المعنى الضمني الذي يقصد به الصورة الذهنية التي يرسمها الرمز أو الدالة اللغوية في أذهاننا والتي بموجبها تحمل دلالات ضمنية شخصية خاصة تختلف عن المعنى المتعارف عليه جميعا.

وفي كل الأحوال فإن الاتصال لم ينجح إذا لم يكن لدى المحرر معلومات كافية وهدف واضح، وإذا لم يتم وضع الفكر في رموز دقيقة، وإذا لم يتم نقل الإشارات بفاعلية كي تصل إلى القارئ المطلوب بسرعة كافية بحيث تتغلب على التدخل الخارجي والمنافسة، وإذا لم يتم فك رموز الرسالة بشكل يتفق مع عملية وضعها في كود¹¹، أي أن التعبير بوساطة الكلمات لا يحقق فاعليته إذا لم تكن هذه الكلمات مفهومة لدى القارئ بذات المعنى الموجود لدى المحرر، فكلما تشابه الإطار الدلالي بين القائم بالاتصال وجمهوره المستقبل لرسالته زاد احتمال

8 د هادي نعمان الهيتمي ، في فلسفة اللغة والإعلام، الدار الثقافية للنشر : القاهرة، 2006، ص29.

9 د محمد نادر عبد الحكيم السيد ، لغة الخطاب الاعلامي في ضوء نظرية الاتصال، دراسة لغوية في نشرات الاخبار الاداعية، القاهرة : دار الفكر العربي، 2006، ص20.

10 د عبد الله الطويرقي ، علم الاتصال المعاصر دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية في المجتمع السعودي، ط2، مكتبة العبيكان : الرياض، 1997، ص ص 61، 64.

11. د. عبد الله الطويرقي، مصدر سابق، ص188.

أن تعنى الرسالة الشيء نفسه عند كل منهما، وكلما زاد حجم الإطار الدلالي المشترك كان الاتصال سهلاً، وكلما قل أو انعدم صار الاتصال مستحيلاً¹².

وهنا تبرز أهمية الكلمة في التعبير وفي فنون استعمالها وأساليبها المتعددة التي قد تكون في صالحها ذاتها فتساعد في سهولة فهمها والإحساس بجمالها ودقتها ومن ثم تحقيق المعنى المراد إبلاغه للقارئ والمتفق عليه منها، ومن جهة أخرى قد تكون في غير صالح الكلمة ذاتها فتؤدي إلى صعوبة فهمها وطمس الإحساس بجمالها ودقتها وتشويهها، ومن ثم يحدث عدم الاتفاق على مدلول واحد للمعاني المراد إذابتها والتي تصبح أساليب وفنون الكلام والتحرير الصحفي هنا وسيلة اختلاف وتباغض وتنافر¹³.

وإذا لم يحصل اتفاق على تحديد معنى الكلمة وتفسير مدلولها فإننا سنتكلم كلاماً متقاطعا متعارضاً¹⁴، فالكلمة ذات المضامين المتطابقة دلالياً بين المحرر والقارئ أساسية بصفة عامة، ولكنها أكثر أهمية في الكلمة المكتوبة¹⁵ وخصوصاً في العنوان الذي يعد جزءاً من استراتيجية الكتابة لدى المحرر واستراتيجية القراءة لدى القارئ¹⁶.

12. أ د عاطف عدلي العبد، و د بهي عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص102

13 د احمد المغازي، التذوق الفني والفن الصحفي الحديث، المجلد الثالث، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1984، ص215.

14 طلعت همام : مائة سؤال عن التحرير الصحفي، مؤسسة الإعلام والصحافة - دار الفرقان للنشر والتوزيع : عمان، 1984، ص25

15. د. احمد المغازي : مصدر سابق، ص215.

16 د اكرم فرج الربيعي، الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الاخبار، دليل اسلوبي في عونته الحر الصحفي، دار امانة للنشر والتوزيع، الاردن، 2014، ص114.

ولا يتحقق الاطار الدلالي المشترك بين المحرر الصحفي والمتلقي لرسالته بدون البلاغة ومهاراتها، فالبلاغة الحديثة كما اسلفنا تدرس اشكال الاتصال المؤثر كلها.

والمتكلم الذي يقصد التوجه بخطابه الى جمهور معين دائما يشكل تصورات عن هذا الجمهور بأكبر درجة ممكنة في اقتربها من الواقع، وهذه المعرفة بالجمهور المتلقي هي التي تتيح للمتكلم المعرفة بكيفية التأثير عليه، وان معرفة كيفية التأثير هذه هي التي تشكل محتوى بلاغيات اللغة المشتركة بين المتكلم وجمهوره التي على اساسها يختار هذا المتكلم نوع الاستدلالات والبراهين والحجج التي سيستعملها ويوظفها في التأثير.¹⁷

والبلاغة ليست امرا مستقلا عن اللغة، فهي تساعد بدور تكميلي اللغة على اداء وظيفتها الملقاة على عاتقها لأنها وسيلة للإقناع الفكري اذ لا تفصل بين العقل والذوق ولا بين الفكر والكلمة ولا بين المضمون والشكل، فالكلام عبارة عن كائن حي روحه المعنى وجسمه اللفظ، فاذا فصلنا بينهما اصبحت الروح نفسا لا تتحرك والجسم جمادا لا يحس، فالبلاغة تعمل على استنفار القارئ والسامع في تأمل المسموع والمكتوب عن طريق اعمال العقل والفكر وفهم المعنى القريب والبعيد وهو ما يقتضي تحقيق الاتصال الفعال في عملية تحرير الرسالة الاعلامية لكونها عملية اتصال جماهيرية متكاملة.¹⁸

وهكذا تحتاج العملية الاتصالية الى بلاغة الاقناع التي تستلزم فعالية لغوية ومنطقية تؤثر في المخاطب وتجعله يعيد النظم فيما كان يحمل من أفكار

17 د. احمد المغازي، مصدر سابق، ص172.

18 د اكرم فرج الربيعي، التصاعد البلاغي في اللغة العربية وعلاقته بتحرير الرسالة الاعلامية، دراسة في ساء نموذج اعلامي للتدرج البلاغي، بحث قدم الى الملتقى العلمي العالمي التاسع للغة العربية في اندونيسيا للمدة من 27 و 28 و 29 و 30 \ 2015، كتاب المؤتمر، ج2، مجموعة بحوث اللغة العربية أساس الثقافة الانسانية، ص972.

ومعتقدات، إذ تشترك هذه البلاغة مع الأسلوب العلمي في خصائص عديدة تتمثل بالوضوح والتدرج، وتتميز بالسعي نحو تعديل سلوك ومواقف المتلقي مستعملا في ذلك الحجج المناسبة، فبإمكان النص الحجاجي أن يعتمد على الحجج المنطقية مخاطبا بذلك عقل المتلقي ومستعينا بالروابط المنطقية والحجج المتنوعة لنقض مواقف الآخر.¹⁹

فمصطلح البلاغة يتأرجح بين معنيين متعارضين، أولهما يدل على الخطاب الذي يستهدف الإقناع وتغيير الأحوال والمقامات اعتمادا على الكلمة الخطابية وهو ما تعتمده الرسالة الاعلامية بمختلف أنواعها الصحفية لتحقيق غاياتها الاتصالية، فالخطاب الاعلامي هو خطاب إبلاغي-تداولي ثري ومتنوع، يهدف إلى الإبلاغ والإقناع والمتعة؛ وهي أهم الوظائف التي اشتغلت عليها البلاغة القديمة وتشتغل عليها اليوم البلاغة الجديدة.

وثانيهما يدل على الخطاب الذي يتصل من مهمة الإقناع؛ لكي يصبح هو في ذاته هدفا وغاية، أي لكي يصبح خطابا جماليا.

فالبلاغة في الاعلام وثيقة الصلة بالإقناع، وتكمن وظيفتها في وصف الطرق الخاصة في استعمال اللغة وتصنيف الأساليب بحسب تمكنها في التعبير عن الغرض تعبيرا يتجاوز الإبلاغ إلى التأثير في المتكلم أو إقناعه بما نقول أو إشراكه في ما نحس به، وغايتها مد المستعمل بما تعتبره أنجع طريقة في بلوغ المقاصد.²⁰

أن استراتيجية الإقناع هي السلطة التي يستخدمها المرسل في خطابه دون الاستراتيجيات الأخرى، ولا تتحقق قولا أو فعلا إلا عند تسليم المرسل إليه

19 الدرس اللغوي ' بلاغة الافناع، موقع الشامل، تاريخ الزيارة 6 - 11 - 2015، www.achamel.info.

20 ايمر ابو مصطفى، مقدمة رسالتي لنيل درجة الماجستير في بلاغة الحجاج والاقناع، ملتقى اهل التفسير، ملتقى الرسائل الجامعية في الدراسات القرآنية، 6 - 3 - 2013، vb.tafsir.net.

بالخطاب الملقى، ولتحقيق المراد يتوسل المرسل الحجاج بالتعويل على أساليب أو آليات لغوية، أو فعاليات استدلالية خطابية مشيدة على عرض رأي أو الاعتراض عليه، ومرماها إقناع الغير بصواب الرأي المعروض أو ببطلان الرأي المعارض عليه، وعلى هذا كان الإقناع هو مجال البحث الحجاجي نظرا إلى كونه محدّد المقام والمخاطب والإطار القولي.²¹

وفي الانواع الصحفية وخصوصا فن الخبر الصحفي تبرز بلاغة الحقيقة في تحرير وصياغة هذه الانواع اذ يمكن أن تؤدي دورا حجاجيا دون الاعتماد على التخيل أو التأثير الموسيقي الصوتي، فتكون الحقيقة مقنعة بنفسها، ويمكن أن نصل لهذه الحقيقة بإجراءات بلاغية أسلوبية تقوم بدور حجاجي دون النظر إلى البعد الجمالي فليس مقصودا لذاته، وإنما هو وسيلة لتمكين المحتوى²²، وهذا ما ينسجم تماما مع قيم الخبر وعناصره واسئلته الستة التي

تعبر عن مصداقيته وواقعيته وحقيقة حصول الحدث.

ويمكن القول إن البلاغة العربية ظل يتجاذبها جانبان أساسيان الاول يتمثل (بالتواصل والدلالة والإبلاغ) بما يعنيه من دقة ومباشرة ووضوح وإقناع، والثاني يتمثل (بالفن والجمال) بما يفرضه من غموض وتخيل وإمتاع.

21 د حمودي محمد، الحجاج واستراتيجية الإقناع عند طه عبد الرحمن، مقارنة إبستمولوجية، موقع جامعة مستغانم الجزائرية، منشور على الرابط الإلكتروني <http://attanafous.univ-mosta.dz>، تاريخ

الدخول 8 - 11 - 2015

22 إيهن أبو مصطفى، مصدر سابق

ولقد كان البلاغيون القدماء على وعي بتعدد استعمال الظاهرة اللغوية، فكانوا يفرقون بين مستويين اثنين على الأقل أحدهما: استعمال عادي مألوف يخلو من كل سمة أسلوبية، والآخر هو استعمال مطبوع بسمة فنية خاصة.²³

ومفهوم البلاغة عند القدماء متعدد المعانٍ متشعب الأبعاد، وكان قدماء البلاغيين على وعي بهذا التعدد والتشعب؛ فالجاحظ كان يستعمل المصطلح بمعانٍ شتى ربطها محمد العمري بثلاث وظائف أساسية هي: الوظيفة الإخبارية المعرفية التعليمية؛ أي إظهار الأمر على وجه الإخبار قصد الإفهام، والوظيفة التأثيرية؛ بتقديم الأمر على وجه الاستمالة وجلب القلوب، والوظيفة الحجاجية؛ وهي إظهار الأمر على وجه الاحتجاج والاضطرار، وهذه الوظائف البلاغية هي وظائف الخطاب الاعلامي نفسها والتي تنحصر في الاخبار والتعليم والمعرفة والتأثير.

وعليه فإن مصطلح البلاغة ستة محاور من المضامين العامة هي:²⁴

1. استعمال لساني عام؛ مفاده مجرد الحدث اللغوي، أو ما يسمى عند المحدثين بالبحث.
2. استعمال فيزيولوجي فكري؛ يتمثل في الانسجام الزمني بين الدوال والمداولات.
3. استعمال منطقي لساني؛ يهدف إلى الإقناع.
4. استعمال لغوي نفسي؛ هدفه التأثير.
5. استعمال أسلوبى؛ يدور حول تضمن الكلام لخصائص تمييزية يتحول بها من مجرد إبلاغ رسالة لسانية إلى مادة من الخلق الفني.

23 عبد السلام المسدي، المقاييس الأسلوبية في النقد العربي من حلال البيان والتبيين للجاحظ، حويلات الجامعة التونسية، العدد 13/1976، ص157.

24 عبد السلام المسدي، مصدر سابق، ص149، 150.

6. استعمال لا لسانی؛ يتمثل في تنويع الأداء كالسكوت والإشارة وغيرهما.

وهذه الاستعمالات الستة نجدها كلها في لغة الاتصال ورسائله الاعلامية على اختلاف انواعها الصحفية سواء في الخبر او التقرير او التحقيق او المقال او الحديث الصحفي وفي الصحافة المقررة والمسموعة والمرئية.

ومن خلال قراءته التفكيكية البناءة للبلاغة العربية صنف الدكتور جميل عبد المجيد اتجاهات البحث في البيان إلى ثلاثة وهي:²⁵

أ. الاتجاه الأدبي الخطابي؛ ويمثله " الجاحظ " في كتابه (البيان و التبين) والذي يرى أن المعاني موجودة بالقوة في شكل تصورات في الذهن، مستقرة في القلب، و"البيان" هو الكفيل بالإفصاح عنها و إخراجها من ذات مبينة إلى أخرى تتلقاها، وكان سؤاله الجوهرى هو: كيف يبين المرء؟ المرء يبين- في عرفه- عن طريق وسيلتين بيانيتين وهما: الصوت والإشارة، وقد فرضتهما طبيعة الخطاب الشفاهي المهمة آنذاك، ثم ان لغة الخطاب في نسق الجاحظ تهدف أساسا إلى استمالة القلوب

ب. الاتجاه المنطقي الفقهي : ويمثله إسحاق بن وهب في كتابه: " البرهان في وجوه البيان"، فإذا كان الجاحظ قد أثار السؤال: كيف يبين المرء؟ وحاول الإجابة عنه بفكرة مسبقة وهي أن المعاني قائمة في صدور العباد متصورة في أذهانهم متخلجة في نفوسهم، فإن "ابن وهب" انطلق من إشكال أعمق من ذلك وهو: كيف تقوم المعاني في النفس؟ أو كيف تقيمها النفس؟ وخلص إلى أن البيان يكون على أربعة أوجه " فمنه بيان الأشياء بذواتها (بيان اعتبار) ومنه بيان يحصل في القلب عند إعمال الفكرة (بيان اعتقاد) و منه بيان لسان وبيان كتاب، ثم انتقل بعد ذلك إلى البحث عن الكيفية المناسبة لإدراك المعاني

25 د. جميل عبد المجيد : البلاغة والاتصال، دار غريب، القاهرة، 2000، ص 143-177.

فقسم البيان إلى ظاهر وباطن إذ إن الباطن من البيان في وجوهه الأربعة هو المحتمل و المفتوح الدلالات، وللوصول لمعرفة الباطن سبيلان أساسيان وهما: القياس والخبر، وجملة القول: البيان قضية بلاغية ومنطقية أيضا، وهناك تكامل بين البلاغة والمنطق في الخطاب الحجاجي "البيان ليس قضية بلاغية فحسب، بل هو قضية منطقية أيضا، وأن حاجة البلاغة إلى المنطق في الخطاب الحجاجي إنتاجا وتحليلا حاجة طبيعية وضرورية، ولعل هذا ما يضيف شرعية على اعتماد الاستدلال وإقامة الحجة المعقولة ركنا أساسيا في دراسة بلاغية عربية منشودة لذلك النوع من الخطاب.

ج. الاتجاه البلاغي المنطقي : ويمثله السكاكي في كتابه: مفتاح العلوم، و الذي يؤكد فيه بأن " تمام علم المعاني بعلمي الحد و الاستدلال"¹⁴، ونجد في نسق السكاكي البلاغي اتفاقا مع البلاغة الجديدة عند "بيرلمان" في هيكلها العام، إذ إن معتمد الخطاب في كليهما هو [البينة] ومحور الخطاب ومركزه هو [الملتقي] وغاية الخطاب واحدة وهي [الإقناع]، إلا أن هناك اختلافا جوهريا بينهما يتمثل في طبيعة البينة، فهي عقلية بعته، تستهدف عقل الملتقي عند (بيرلمان) ومحض تخيلية تستهدف خيال الملتقي ووجدانه عند السكاكي.

وتعتمد الانواع الصحفية على الاتجاه البلاغي المنطقي في توجيه مضمون رسائلها الى الملتقي وتحقيق غاياتها الاتصالية في الإقناع.

ووقف د. ابراهيم بن منصور تركي عند الاتجاهات الجديدة للدرس البلاغي والتي لا تختلف عن الاتجاهات انف الذكر من خلال دراسة الجانب الإقناعي المتمثل بالاتجاه الحجاجي، ودراسة اللغة والاسلوب المتمثل بالاتجاه الادبي، ودراسة الخطاب المتمثل بالاتجاه السيميائي او النصي²⁶، وهذه الاتجاهات مقارنة

26 د ابراهيم بن منصور التركي، لغة الاعلان التحاري دراسة بلاغية، إبحاث، جامعة القصيم، السعودية، 26

لما ذكر ولكنها أكثر إفصاحاً وقرباً من الخطاب الإعلامي وغاياته الاتصالية ويمكن تحديدها بالآتي :

1. الاتجاه الأول: البلاغة الحجاجية

ينزع هذا الاتجاه إلى دراسة البلاغة من حيث كونها تقنيات يمكن الاستفادة منها في تأسيس البرهان، والاستدلال الحجاجي، للاستفادة من ذلك في مجالات الخطاب المعاصر عموماً، وفي دراسة المنطق القضائي والتشريعي خصوصاً.²⁷

2. البلاغة الأسلوبية

يميل هذا الاتجاه إلى دراسة بلاغة العبارة، وذلك عبر تحليل مستويات التعبير على عدة محاور، كالتغيير اللفظي والتركيبى والدلالي، مرّكّزين على العلاقات القائمة بينها.

وهذا الاتجاه يسير في اتجاه معاكس للاتجاه الأول، إذ يجزّ الاتجاه الأول البلاغة نحو المنطق والبرهان، في حين يجزّها الاتجاه الثاني نحو الشعر والأدب. وهذا الاختلاف بين الاتجاهين ليس أمراً جديداً، بل هو أمر تجاذب البلاغة منذ القديم، فقد "عادت البلاغة اليوم وتباينت وجهات نظر المشتغلين بقضاياها، كما حفل تاريخها الطويل بالصراع المحتد باعتبارها فناً للتعبير أو فناً للإقناع، تجاذبها بشكل مستمرّ وحاد، فحين يتّسع مجال النقاش الديمقراطي تهيم كفنّ للإقناع، وحين يتقلّص مجال الحرّيات ترتكن في الأديرة والمعابد للتعبير والتزيين، غير أن هدفها الأخير يبقى هو الاتجاه نحو الآخر من أجل إشراكه والعمل على انخراطه في قضية ما أو طرح معين، على أن الفرق

27 المصدر نفسه، ص17

سيظل أساساً في طريقة إشراك الآخر، إما عن طريق الإغواء "فن التعبير"، أو عن طريق الحجاج "فن الإقناع"²⁸

3. بلاغة الخطاب

يأتي هذا الاتجاه ليحاول دراسة الخطاب عموماً، متجاوزاً إشكالية الفصل بين الشعري والإقناعي، وهذا الاتجاه يبشر ببلاغة عامة ينصهر فيها المكوّن الشعري الإبداعي والخطابي التداولي معاً، بلاغة تؤمن بتداخل أجناس القول وأشكال التواصل، ورؤاد هذا النوع من البلاغة يتعاملون مع جميع الخطابات على اختلاف درجاتها ومستوياتها، سواء أكانت خطاباً يومياً أو سياسياً أو إعلامياً أو شعرياً... إلخ.²⁹

إن أبرز ما يقوم عليه هذا الاتجاه هو عدم الفصل بين التخييل الشعري والإقناع الخطابي، حيث يتداخل الشعري والإقناعي في كل أشكال الخطاب، ذلك "أن النص الشعري يحتوي أيضاً على عناصر إقناعية وعناصر حمالة للأخبار، كما أن النص الإقناعي يحتوي عناصر شعرية وعناصر إخبارية"³⁰.

ويشير إلى هذا أحد أساتذة هذا الاتجاه، مؤكداً على أن الخطاب (أي خطاب) قد يتضمّن مقصدين: المقصد الفكري، والمقصد العاطفي، بحيث يتداخلان أو يغلب أحدهما على الآخر، فهذان هما أبرز المقاصد التداولية من الخطاب البلاغي، فالمقصد الفكري يكون للإخبار أو الإقناع أو التعليم والتوجيه، بينما المقصد العاطفي فيحدث عندما تُوظّف إجراءات البلاغة

28 د عبد السلام عشير، عندما نتواصل بغير، مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، إفريقيا الشرق، 2006، ص 19.

29 د. إبراهيم بن منصور التركي، مصدر سابق، ص 17 - 18.

30 د. محمد العمري، البلاغة الجديدة، ص 79.

لإثارة انفعال السامع وكسب تعاطفه، إما لهدف غائي يدفعه نحو سلوك معين، أو غير غائي يكتفي بتحقيق المتعة الجمالية، فالغائي بناء على هذا يسعى إلى الظفر بإقناع الجمهور بواسطة استعطاف المستمع والتأثير عليه نحو أمرٍ خارج النص³¹.

إن البلاغة بهذا التصور لم تعد محصورة في البعد الجمالي بشكل صارم، بل تنزع إلى أن تصبح علماً واسعاً للمجتمع، إذ إن رواد هذه البلاغة الجديدة في فرنسا (رولان بارت وجيرار جينيت و ب.كونتر وكيدي فاركا ومجموعة Mu وبيرلمان وتودوروف) استطاعوا مع باحثون كثيرون في بلاد أخرى أن يجعلوا من البلاغة مبحثاً علمياً عصياً³².

ويُظهر هذا الاتجاه إمكانيةً كبيرةً للاستفادة من أدوات البلاغة القديمة في دراسة الخطاب المعاصر، فقد "أظهر النسق البلاغي عبر قرون قابلية الاستمرار، بل ومرونةً تسمح بالتمادي في تطبيقه على نصوص جديدة، ونتيجة لذلك ظهرت أنساق بلاغية وفرعية، مثل بلاغة أدب الترسل والمواعظ والشعرية البلاغية، وقد أوحى هذه الحالة بإمكانية تطبيق البلاغة على جميع النصوص الممكنة.

إن تصوراً للبلاغة من هذا القبيل يتضمن أمرين: أولهما، ضرورة وجود علم عام للنص يكون صالحاً، لا لدراسة النصوص الأدبية وحدها، بل لدراسة غيرها من النصوص على اختلافها، وثانيهما الفكرة المتضمنة في أن كل نص

31 هنريش بليث، البلاغة والأسلوبية، ت: د.محمد العمري، إفريقيا الشرق، المغرب، 1999، ص26.

32 المصدر نفسه، ص22

هو بشكلٍ ما بلاغة، أي أنه يَتملِّك وظيفة تأثيرية، وبهذا الاعتبار فالبلاغة تمثِّل منهجاً لفهم النصي مرجعه التأثير³³.

إن البلاغة هي مجموعة أدوات وإجراءات تقارب اللغة وتستبطن دلالاتها ومعانيها، ولهذا ظهرت الدعوات الحديثة إلى بعث البلاغة والاستفادة من آلياتها في فهم الواقع المحيط، فالبلاغة "سواء في الحيز العربي أم في غيره، إن هي إلا وسيلة لبلوغ المراد عن طريق التعبير الفني، ولا فرق فيما إذا كان مثل هذا التعبير يدخل في نطاق الشعر، أم يمتد إلى نطاق النثر"³⁴.

هذا الاتجاه يتناسب بشكل كبير مع المفهوم العربي للبلاغة، ذلك أن مصطلح "البلاغة" في الاستعمالات الغربية يتردّد بين ثلاثة معان، هي: الإقناع الخطابي، والإشياء أو التعبير، وأشكال التعبير اللغوي، بينما يقتصر المفهوم العربي على المعنى الأخير الذي يجعل البلاغة خاصةً بأشكال وأساليب التعبير. ولهذا لم يرتبط هذا المصطلح في الاستعمال العربي بفنّ دون فن، بل غداً علماً صالحاً لدراسة بلاغة الكلام عموماً، شعراً كان أو نثراً، مكتوباً أو منطوقاً، ويؤكد التعريف الذي ارتضاه علماء البلاغة العربية للبلاغة ذلك، إذ عدّوها: مطابقة الكلام لمقتضى الحال، مع فصاحته³⁵، فنصّ التعريف على الكلام ليشمل كل صنوف القول وأشكاله.

33 المصدر نفسه، ص24

34 سمير أبو حمدان، الإبلاغة في البلاغة العربية، منشورات عويدات الدولية، بيروت، 1991، ص6.

35 أحمد مصطفى المراغي، علوم البلاغة، المكتبة العصرية، بيروت، 1426هـ، ص31.

فلم تميّز دراسة البلاغة العربية للأساليب بين شعر ونثر، فقد كانت دراسة الأسلوب اللغوي تحتلّ الصدارة في البلاغة العربية شعراً كان أو نثراً³⁶

إن الاهتمام ببلاغة الإقناع لا ينفصل عما يجري في العصر الراهن، فالإقناع أبرز إشكالية في عالم يعرف تقدماً سريعاً ومتواصلاً في وسائل الاتصال والتواصل والإعلام؛ فهذا الاهتمام محكوم بوعي حادٍّ بمسيس الحاجة إلى ثقافة التواصل والإقناع، لأنها تشكّل البديل الإنساني عن العنف والتطرف، وغير قليل من الباحثين المعاصرين يعد بأن لا خيار لخروج العالم من مأزقه إلا الاقتناع بـ "عقلانية تداولية" مركّزها الحوار وقيم التوسط والتبادل، فما دمنا نتواصل ونتباحث أو نتبادل ونتفاعل، ثمة إمكان لأن نغيّر ونتغيّر، ويدعو البعض الآخر منهم إلى صيانة الخطاب الإقناعي وحصانته بـ "تداولية كونية" تجعل كلّ خطاب إنساني يقوم على أسس قيمية أخلاقية متفق عليها.

ويفترض الباحث المغربي حسن المودن أن الاهتمام ببلاغة الإقناع يتقدم على أنه اعتبار للحيوية التي عادت إلى علم البلاغة، ومن أهمّ خصائص هذه الحيوية التي استعادها علم البلاغة؛³⁷

أولاً- الرهان على الاجتماعي: تنظر البلاغة الجديدة إلى اللغة على أنها خطاب، أي بوصفها شكلاً من أشكال الممارسة الاجتماعية؛ ذلك لأن اللغة جزء من المجتمع، وهي سيرورة اجتماعية، وهي مشروطة اجتماعياً بالجوانب غير اللغوية من المجتمع؛ والعلاقة بين الخطاب والمجتمع ليست ذات اتجاه واحد، فالخطاب يتحدد بالبنى الاجتماعية، ولكنه يؤثر هو نفسه على هذه البنى،

36 د محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي، دار الثقافة، الدار البيضاء، 1986، ص 87.

37 د حسن المودن، بلاغة الخطاب الإقناعي، نحو تصور سقي لبلاغة الخطاب، دار كور المعرفة العلمية للنشر، الأردن، 2014.

ويشارك في تحقيق الاستمرار أو التغيير الاجتماعي، فكل اهتمام ببلاغة الخطاب الإقناعي لا يمكن، اليوم، إلا أن يعيد الاعتبار للوظيفة الاجتماعية التي تؤديها اللغة الإنسانية، فهي تؤدي دوراً مهماً في تقوية الروابط بين الأفراد والجماعات، وهي تسمح بالطلب والحصول على ما نريد، واستعمالها يستدعي معارف لغوية وكفايات إنسانية عامة ليست لغوية فقط.

ثانياً – إعادة الاعتبار للبعد الحجاجي: ارتبطت عودة البلاغة في زماننا المعاصر بإحياء بعدها الحجاجي، فقد كان لهذا البعد حضور مهم في البدايات الأولى للبلاغة عند الإغريق أو عند العرب، لكنه سيتراجع مع التطور التاريخي ليفسح المجال لسيادة الصورة والأسلوب، وهو تراجع سيستمر مع الشكليات والشعريات وبعض التيارات البلاغية الحديثة التي تريد أن تكون محض أدبية بدون أية علاقة بالإقناع، وتريد أن تختزل البلاغة في أوجه الأسلوب ومحسناته ومعرفة طرائق اللغة الخاصة بالأدب، وعلى العموم، فقبل عقود قليلة، بدأت البلاغة تعرف طريقها إلى العودة، فبعد الآداب الجميلة والنزعة الوضعية والشكالية الروسية واللسانيات البنائية، أدرك الباحثون في النهاية أن ظواهر مهمة من مثل السجال السياسي والخطاب الإعلامي والخطاب الإشهاري تتعلق بطرائق معروفة ومكتسبة من طرف الخطباء والبلغاء منذ قرون.

ثالثاً – التوجه نحو مفهوم نسقي للبلاغة: ويعني ذلك أن نرفض الاختيار الذي يفصل بين بلاغة الحجاج وبلاغة الأسلوب، لأنه لا يمكن أن توجد الواحدة دون الأخرى، ولأن البلاغة تتألف منهما معاً، وبذلك ارتبط محتوى الرسالة الصحفية الاتصالية عادة بالقدرة على الإقناع، فقد كان أفلاطون يعرف البلاغة بأنها "كسب عقول الناس بالكلمات"، وكان أرسطو يرى أن البلاغة هي: "القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها".

وقد تتبّع احد الباحثين الجانب الإقناعي في البلاغة العربية، وسعى إلى الكشف عن تقاطعاته مع البلاغة الغربية، وعرض بعض آلياته وإجراءاته الحديثة المثسقة مع بعض إجراءات البلاغة الغربية، اذ يقرّر بأنه "يمكن أن نصوغ تصور البلاغيين العرب للبلاغة، فنقول: البلاغة هي الإبلاغ المفهم المؤثّر إقناعاً وتأثيراً من شأنهما تحقيق الإقناع والاستمالة، وهو تصوّر يتسق أكثر ما يتسق وفق الخطابة، ومادام الدرس البلاغي قد اتخذ الاستمالة والإقناع هدفاً لفن البلاغة، فإنه يتفق من هذه الزاوية وفيها مع الدرس الغربي الذي اتخذ الاستمالة والإقناع أيضاً هدفاً لفن الخطابة قديماً وحديثاً"³⁸

ومنذ فجر التاريخ كانت الاساليب الاولى لعمليات التأثير والإقناع تحت تسميات مختلفة كالبلاغة والخطابة وحتى الاتصال، فكلها كلمات مرتبطة زمنياً بحقبات مختلفة تعكس رغبة الانسان الممتدة عبر التاريخ للتحكم في الإقناع.³⁹

ومع تطور الاتصال الجماهيري أصبح الإقناع وبلاغته عملية مدروسة ذات اسس وقواعد نفسية واجتماعية خاصة فيما يتعلق بالتأثير في الاتجاهات، وقد ساعدت دراسات البروفيسور (هوفلاند) وزملاؤه وتلاميذه على بناء نظرية وعلم بلاغة حديث يقوم على اساس علمي بحيث تكون الادلة التي يستخدمها او يستبعدا محددة، وكذلك الحجج التي يصفها، ونوعية الاستمالات التي سيستخدمها ومدى قوتها، فتكون كل رسالة هي نتاج العديد من القرارات بالنسبة الى شكلها ومضمونها والتي لا يملئها الهدف

38 د. جميل عبد المجيد، البلاغة والاتصال، دار غريب، القاهرة، ص129، 130.

39 نزهة حانون، الاساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجاً دراسة لحريدي النصر والخبر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال، 2007 - 2008، ص2.

الاقناعي للرسالة فقط، ولكن تملئها أيضاً خصائص الجمهور ومهارات المتحدث، وكذا استخدام الاقناع في وسائل الاعلام من اجل تغيير السلوك وبلورة الرأي العام.⁴⁰ ومن هنا يتبين ان بلاغة الاقناع في الرسالة الصحفية تسعى لتحقيق الاستجابة المطلوبة من الجمهور، اذ يعرف معجم المصطلحات الاعلامية الاقناع بأنه دفع القارئ او المستمع او المشاهد للاستجابة المطلوبة بأن توفر له اسباب الاقناع بالمرزايا او الفوائد التي يمكن ان تحققه له السلعة او الخدمة المعلن عنها.⁴¹

فالبلاغة الاقناعية الاعلامية يمكن وصفها بأنها عملية ايصال الافكار والاتجاهات والقيم والمعلومات اما ايجاباً او تصريحاً عبر مراحل معينة، وفي ظل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة، وعن طريق عملية الاتصال.⁴²

وقد ذهب كل من ولبرشام ودونالد روبرت الى وصف الاقناع وبلاغته بأنه عملية اتصال تتضمن بعض المعلومات التي تؤدي بالمستقبل الى اعادة تقييم ادراكه لمحيطه او اعادة النظر في حاجاته وطرق التقائها او علاقاته الاجتماعية او معتقداته او اتجاهاته.⁴³

ومن هنا اهتم علم البلاغة القديم والحديث في العادة بفن الاقناع، ومنهم افلاطون وارسطو اذ وصف الاول البلاغة بأنها كسب عقول الناس بالكلمات، فيما وصف الثاني البلاغة بأنها القدرة على كشف جميع السبل

40 المصدر نفسه، ص3.

41 احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الاعلام (انجليزي، فرنسي، عربي)، ط2، دار الكتاب اللساني، لسان، 1994، ص53

42 عامر مصباح، الافناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص17.

43 جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر، القاهرة، 1975، ص171.

الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها، ويمكن القول ان نسبة كبيرة من معلومات علم النفس الحديث التي تتناول التصرفات الاجتماعية للإنسان هي عبارة عن معلومات تم جمعها اصلا لمعرفة تأثير وسائل اعلامية تسعى للإقناع.⁴⁴

ولو تأملنا في تعريف افلاطون للبلاغة سنجد انطبق بشكل رئيسي على الاعلام وخطابه وانواعه الصحفية لأنه يهدف الى كسب العقول بالكلمات وكذلك تعريف ارسطو الخاص بالكشف عن السبل الممكنة للإقناع في الرسالة الموجهة للجمهور.

ومن هنا يعد الخطاب الاعلامي بكل أنواعه مجالا واسعا للحجاج، وهذا ما يجعله مرتبطا بالإشكالات التي تثيرها البلاغة ولسانيات الخطاب و التواصل، فالحجاج- كما يشير إلى ذلك أولرون(1987)- ينتمي إلى فئة الأفعال الإنسانية التي تهدف إلى الإقناع، ومن هنا يستمد خصوصيته المتمثلة في تفعيل التعليل في الوضع التواصل وتفعيل تقنياته، و ذلك بهدف تحقيق فعل التأثير.⁴⁵

وانطلاقا من هذه الزاوية يمكن أن نفهم الإقناع في بعده الشامل، أي بعده استعمالا للغة في محاولة لتعديل أو تحويل أو تقوية رؤية المتلقي بما تتضمنه هذه الرؤية من مشاعر ومواقف وطرائق تفكير.

وتأسيسا على ما تقدم تكون البلاغة الاقناعية احدى الاستخدامات الرئيسة في الاتصال وفي تحرير الانواع الصحفية، اذ تتعدد النظريات التي حاولت تفسير الظاهرة الإعلامية وتأثيراتها على الجمهور، فقد اعتمدت في بداياتها المدخل النفسي لتفسير مكونات الظاهرة، ثم المدخل الاجتماعي، من واقع البحوث الميدانية، التي حاولت الوقوف على العملية الإعلامية وتأثير الرسالة الإعلامية

44 د حيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، ط2، بلا دار نشر، مارس 1978، ص461.

45 ربيعة العربي، بلاغة الحجاج وتقنيات التأثير، مركز الدراسات والبحوث العلمانية في العالم العربي، 29 3

على الجمهور المستهدف، وحينما يتقن العلماء فشل كل من المدخل النفسي منفرداً وكذلك المدخل الاجتماعي منفرداً في تحليل الظاهرة تم دمج المدخلين بهدف تحديد وظائف وتأثيرات وسائل الإعلام في المجتمع، انطلاقاً من أن الوظائف هي أدوار عامة تؤديها وسائل الإعلام، وأن التأثيرات عبارة عن نتائج تحديد هذه الأدوار.⁴⁶

ويبدأ تأثير الرسالة الإعلامية بإقناع الجمهور بمشاهدتها أو الاستماع إليها أو قراءتها، ولفكرة الإقناع الأساسية جذور قديمة، فقبل عصر الاتصالات الجماهيرية بوقت طويل، كان مصطلح (علم البيان) أو (الفصاحة) يستخدم للإشارة إلى فن استخدام اللغة للتأثير على أحكام الآخرين وسلوكهم؛ ومن خلال الزمن الذي كان فيه الصوت البشري هو الوسيلة الوحيدة للاتصال، التي يمكن استخدامها لإقناع الناس بتغيير المعتقدات والأعمال، كانت تلك مهارة مهمة بالفعل، ومع ازدياد تطور المجتمعات، ازدهر فن الإقناع الشفهي بالكلام الفصيح، وكان الإقناع كفن يُمارس منذ قرون، غير أن (علم الإقناع)، الذي ابثق فيما بعد هو نتاج القرن العشرين، ومقارنة بالعلوم الأخرى فهو حديث، ولذلك يرى بعض المهتمين بالأمر أن الحكم على هذا العلم يجب أن ينطلق من الإجابة عن السؤال القائل: هل أوجد العلم إغراءات مقنعة تستطيع السيطرة على السلوك الإنساني؟ وأياً ما كانت أساليب الإقناع، فناً أو علماً، فإنها سوف تزداد فاعليتها في السيطرة على السلوك⁴⁷

46 من اساليب الاقناع في القرآن الكريم، استراتيجيات الاقناع، تقديم : عمر عبيد حسنة، المكتبة الاسلامية،

شبكة اسلام ويب، www.library.Islamweb.net، تاريخ الدخول للموقع، 17 11 2015.

47 ملفين ديفلر وساندرا بول، نظريات الإعلام، ترجمة : كمال عبد الرؤوف، الطبعة الثانية، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1998، ص378.

وتبدأ عملية الإقناع من الفكرة وطريقة التعبير عنها وأسلوب نقلها، والربط بين الفكرة والتعبير عنها وكيفية نقلها، ومن الأمور الشائعة بين دارسي الإعلام وخبرائه، وبالرجوع لأرائهم يمكن الخروج بعدة قواعد أساسية تعطي وجهة نظر سائدة⁴⁸ القاعدة الأولى: أن الكلمات عبارة عن رموز تستعمل للتعبير عن الأشياء أو الأفكار أو المفاهيم أو التجارب أو الأحاسيس.

القاعدة الثانية: أن الكلمة الواحدة من الممكن أن تحمل معاني كثيرة ويكون لها أكثر من استعمال.

القاعدة الثالثة: عند استخدام الرموز الكلامية أو الكلمات الرمزية كدليل لاتصالاتنا العامة أو الخاصة، فإننا غالباً ما نعتمد على الشمولية دون التفاصيل.

القاعدة الرابعة: من خلال دورة معاني الكلمات بين الناس وتبادلهم لها، يتحدد المعنى الذي يتصل بالعلاقة بين الرموز أو الموضوعات أو المفاهيم التي تعود عليها.

القاعدة الخامسة: من الكلمات ما يمكن أن تكون لها معاني ظاهرة وأخرى باطنة.

القاعدة السادسة: تميل الحقيقة إلى الثبات بينما تتجه اللغة للحركة الميكانيكية.

فهذه هي القواعد التي تربط الفكرة بالتعبير عنها وأسلوب نقلها، والفكرة من

حيث الاصطلاح الإعلامي هي: الشكل المحدد للتعبير عن مجموعة من المواقف

المرتبطة بشخصيات حقيقية أو اختيارية خلال ظروف اتصالية محددة⁴⁹،

ومن ثم فإن الإقناع في السياق الحالي يشير بصورة أساسية إلى استخدام وسائل

الإعلام الجماهيرية لتقديم رسائل مخططة عمداً لاستنباط سلوكيات معينة من

48 سيد محمد ساداتي الشنقيطي، الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي، الرياض، دار عالم الكتب للشر والتوزيع، 1996، ص 43-44.

49 سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مصدر سابق، ص 44.

جانب جماهير القراء أو المستمعين أو المشاهدين، ولذلك فإن التعديل الواقعي للسلوك هو الهدف الذي ينبغي تحقيقه باعتباره المتغير التابع في النظرية التي تستهدف تفسيره.⁵⁰

وقد عرض الباحثون ثلاث استراتيجيات نظرية للإقناع، يخاطب كل منها المتغير التابع نفسه، وهو السلوك العلني، وتشمل هذه الاستراتيجيات (الاستراتيجية الدينامية النفسية، والاستراتيجية الثقافية الاجتماعية، استراتيجية إنشاء المعاني)، لذلك فإن التأثير بالرسائل الإعلامية يعد عاملاً من بين مجموعة عوامل أو متغيرات تسهم جميعاً في إعادة صياغة الصورة العقلية، وهذه بدورها تدفع الإنسان لاتخاذ قرار معين والإتيان بسلوك ينسجم مع ذلك القرار⁵¹، وتستند هذه العملية برمتها على عنصر الإقناع، عن طريق استخدام الرموز واستغلالها بهدف دفع المتلقين للقيام بأعمال محددة تخدم المتلقي نفسه.

وهنا يبرز مفهوم البلاغة الاعلامية في الرسالة الصحفية بأنواعها المختلفة الخبر والتقارير والتحقيق والحديث والمقال الصحفي، فقد أخذ علم النص على عاتقه الانتقال من تحليل الجملة إلى تحليل النص، بوصفه وحدة التخاطب الكبرى بين المتكلمين، فكان من معاييرها التي وضعها علماءها (الإعلامية)، وهي تتعلق بالمعلومات الواردة في النص من حيث توقعها أو عدم توقعها، فكلما كانت المعلومات الواردة معتادة في معناها، وفي أسلوب التعبير عنها، وطريقة عرضها كانت ذات (كفاءة إعلامية منخفضة)، وأما إذا كانت غير معتادة، فتمثل (كفاءة إعلامية عالية)، وهناك مفهوم آخر لمصطلح الإعلامية يشير إلى الجودة في عرض المعلومات بمواقف معينة، وهذه الجودة يحددها المتلقي بمعيار عدم التوقع. وقد تجلت (الإعلامية) في التراث البلاغي العربي في النصوص التي تحتوي

50 ملفين ديلفر، نظريات الإعلام، مصدر سابق، ص380.

51 عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، الأردن، مكتبة الكتاني، 1986، ص118.

علاوة على معناها الأولي معاني ثانية أخرى، بين نصوص ظاهرة مباشرة وأخرى تتخفى فيها المعاني والصور من وراء حجاب، وعندها تكون النصوص المباشرة ذات (كفاءة إعلامية منخفضة)، أما النصوص الأخرى غير المباشرة فتكون ذات (كفاءة إعلامية عالية) بحسب ما تخفيه وما تحويه من تلك المعاني والصور.⁵²

ففرقوا بين النصّ العادي والنصّ الذي يجوز أن يدعى فيه الاختصاص والسبق والأولوية، وعلى هذا جرى التقسيم في التشبيه وأقسامه، فهو على ضربين: أحدهما: بيّن لا يحتاج إلى تأويل، والآخر يكون محصلاً بضرب من التأويل، وكذلك الأمر في (المعنى)، ويُعنى به المفهوم من ظاهر اللفظ الذي نصل إليه بغير واسطة، و(معنى المعنى)، وهو أن يعقل من اللفظ معنى ثم يفهم ذلك المعنى إلى معنى آخر، وهنا يجب على المتلقي أن لا يقف عند المعنى المفهوم من ظاهر اللفظ، بل الانتقال من هذا المستوى والمتسم بالمباشرة إلى البحث عن الدلالات غير المباشرة، فنكون أمام نوعين من النصّ الأول مباشر وتكون (إعلاميته منخفضة)، والثاني غير مباشر وتكون (إعلاميته مرتفعة)، وهكذا جرى تقويم البلاغيين والنقاد العرب إلى النصوص، فكلما كان النصّ مما يخفي معاني أخرى وراء معناه الظاهر كانت (درجته الإعلامية عالية)، وكان من النوع الجيد الممدوح، أما النصّ الآخر (المنخفض الإعلامية)، فهو النصّ الذي كان معناه مكشوفاً، وهو من جملة الرديء المردود.⁵³

ويعلل أحد الباحثين سبب رفض الفكر البلاغي والنقدي العربي للنص المنكشف لافتقاره إلى التأثير الذي هو غاية النهاية ومآله ان يعرض عنه

52 مشكور كاظم العوادى، و محمد عبد الرضا محسن، الاعلامية في الدرس البلاغي العربي، دراسة في ضوء

علم النص، مجلة اللغة العربية وآدابها، 2013، ص6.

53 مشكور كاظم العوادى، و محمد عبد الرضا محسن، مصدر سابق، ص7.

الملتقون، لأنه لا يثيرهم، فالوقوف على تمام المقصود لا يبقى للنفس شوقاً إليه⁵⁴ وعليه نجد ان الكتابة الصحفية تباعد كلياً عن النص المنكشف، لان هذه الكتابة تهدف الى اعطاء القارئ افكاراً او معلومات لم يكن له علم بها من قبل، فاذا لم يكن بوسع القارئ ان يفهم قصتك الخبرية فمعنى ذلك انه لم يحدث أي اتصال حقيقي بينك وبينه، واذا كان القارئ يصاب بالسأم والضجر او يصيبه الغضب او الحيرة نتيجة قراءته لقصتك الخبرية فأن هناك احتمالاً لان ينصرف الى شيء آخر أكثر تشويقاً⁵⁵.

وترتفع الكفاءة البلاغية الاعلامية في الایجاز المحمود وهو " ايضاح المعنى بأقل ما يمكن من اللفظ"⁵⁶، فالإيجاز في المقياس البلاغي يشتمل على الدلالة في اقل قدر ممكن من الالفاظ شرط ان تتم به الافادة⁵⁷.

فالقلة معياراً يحدد طبيعة الایجاز ؛ أي تكثيف الاداء من حيث الكم والكيف، ويتجلى ذلك في كمية الالفاظ القليلة والتي تعد شرطاً في تحديد طبيعة الایجاز⁵⁸. وكانت الصيغة الصحفية الاساسية التي يطلق عليها اسم القصة الخبرية الموجزة التي تقدم اهم المعلومات في بداية القصة هي صيغة مقبولة عالمياً تقريباً لأنها افضل وسيلة للكتابة عن شيء ما بسهولة وببساطة⁵⁹.

54 خالد عبد الرؤوف الجبر، معالجة المعنى في التراث الفكري العربي، المحلة العربية للعلوم الانسانية، الكويت، العدد : 9، 2005، ص117.

55 البرت ل هستر، و واي لان ح تو، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة : كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988، ص89

56 ابن سنان الخفاجي، سر الفصاحة، قدم له، ابراهيم شمس الدين، ناشرون، بيروت - لسان، 2010، ص213.

57 د. كريم الوائلي، الخطاب النقدي عند المعتزلة، بغداد، 2006، ص150.

58 المصدر نفسه، ص150.

59 البرت ل. هستر، مصدر سابق، ص93.

ويعد الانتقاء (الاختيار) المخرج الوحيد الذي يساعد المحرر الصحفي لكي يكتب بشكل موجز ومختصر، فالاختصار هو وظيفة الانتقاء، أي معرفة ما يجب ان تستبعده او تحذفه، والمقدرة على اختيار الوقائع الاساسية من مجمل الكم الهائل من المعلومات التي جمعها المخبر الصحفي.⁶⁰

ويحدد روبرت دي بوجراند ثلاث مراتب للكفاءة الاعلامية البلاغية هي :⁶¹
المرتبة الاولى : ويكون فيها المحتوى المحتمل في هيئة تركيب محتمل، ومن شأن النص في هذه الحالة ان يكون سهل الصياغة دائما.

المرتبة الثانية : ويكون فيها المحتوى غير المحتمل في الهيئة غير المحتملة، ومثل هذه النصوص تتسم بصعوبة الصياغة وتكون مثيرة للجدل الحاد دائما.

المرتبة الثالثة : ويكون فيها المحتوى غير المحتمل في الهيئة المحتملة، او المحتوى المحتمل في الهيئة غير المحتملة، ومثل هذه النصوص من شأنها ان تتسم بالتحدي ولكنها غير مثيرة للجدل دائما.

ويمكن ان تمثل هذه المراتب تدرج الكفاءة البلاغية في تحرير أي نوع من الانواع الصحفية، فالنص الصحفي يكون فعلا اذا كان مشوقا وهذا ما نعنيه باللاتوقع والا محتمل، ولعل من اهم الاسباب التي جعلت الصحافة تخرج عن الاتجاه التقليدي للكتابة هو عنصر الاثارة⁶²، فقد اصبحت الاتجاهات المعاصرة في الكتابة الاخبارية تعطي حرية اوسع للمحرر في تقديم وعرض الاسئلة الستة (من، ماذا، متى، اين، كيف، لماذا) في حين كان الزاميا منذ جيل واحد فقط ذكر

60 ميلفن مينتشر، تحرير الاخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، ترجمة : اديب خضور، المكتبة الاعلامية، دمشق، 1992، ص37

61 روبرت دي بوجراند، النص والخطاب والاجراء، ترجمه : د. تمام حسان، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص251

62 د. محمود فهمي، فن تحرير الصحف الكبرى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1982، ص51.

الاستئلة الستة المعروفة في الفقرة الاولى من القصة الاخبارية⁶³، وهذه الحرية في تضمين الاستئلة الستة في الخبر الصحفي ترتبط بدرجات البلاغة في التعبير الصحفي اذ يقوم المحرر بعرض المعلومات على وفق تدرجها من حيث الاهمية ويكون ذلك مرتبطا بهذه الاستئلة فهل يبدأ بشخصية الحدث اولا ام بما جرى ام زمن وقوع الحدث او مكانه او كيفية حصوله او اسبابه، وهنا تقتضي البلاغة الاعلامية ان يضع المعلومات وفق تدرج يحقق الاثارة والتشويق وجذب انتباه المتلقي.

ومن العوامل الفاعلة في ارتفاع مستوى كفاءة البلاغة الاعلامية في الرسالة الصحفية وضوح المعنى واتساعه، فالنصوص التي يتسع فيها المعنى هي نصوص عالية الكفاءة الاعلامية كالتي يكون التعريض فيها ابلغ من التصريح، وتتسع جمالياتها باتساع الظن في التعريض وشدة تعلق النفس به والبحث عن معرفته وطلب حقيقته⁶⁴

وهنا ينبغي الاشارة الى ان ما تقدم من وصف للمعلومات المحتملة وغير المحتملة في النصوص الصحفية ومدى ارتباطها بدرجة الكفاءة البلاغية الاعلامية لا يعني ان يوغل النص بالإبهام والغموض اذ ينبغي ان يكون الكلام خالياً من التعقيد اللفظي والمعنوي الذي يفضي الى انقطاع الاتصال بين المرسل والمتلقي، فالمقصود من الكلام هو التواصل، ويكون ذلك بفهم المتلقي لما اراده المرسل بأن يحمل النص معلومات يمكن له ان يتقبلها بنص مسبوك ومحبوك والا فقد النص سمة النصية واصبح خارج دائرة اهتمام المتلقي، فالمقصود من الكلام هو الايضاح

63 كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الاخبار، ترجمة : اديب خضور، ط5، دمشق، سلسلة المكتبة الاعلامية، 2000، ص71.

64 ابن رشيق القيرواني، العمدة في محاسن الشعر وآدابه ونقده، تحقيق : محمد محي الدين عبد الحميد، ط5، دار الجيل، بيروت، 1981، 2 \ 173.

والإبانة وافهام المعنى⁶⁵ مع مراعاة عنصر التشويق والاثارة باتباع التدرج البلاغي في عرض المعلومات.

وتتعامل عملية الكتابة بمختلف اجناسها مع مستويين من التشكل الاول هو الوجود الحقيقي للنص قبل عملية القراءة والثاني الوجود المتشكل من عملية القراءة والذي يسير مع النص بصورة متوازية، ليستفز اشاراته المضمنة اما بمواءمة تلك الاشارات وجميع دوال النص مع مرجعيات القارئ، وهي شخصيته المعرفية والتاريخية والتي يظهر فيها نص القارئ خاضعا لمرجعيات النص ومحددا بأفقه او ان يتقاطع معه معيدا بناء دلالاته واشاراتها باستنطاقها والبحث عن تناصاتها، أي تحريك سكونية النص⁶⁶.

ويمكن ان تحقق البلاغة الاتصالية هذين المستويين وتحرك سكونية النص عن طريق التدرج في عرض المعلومات بما يجعل القارئ منشدا للنص.

ومن هنا يمكننا التفرقة بين نوعين من الاتصال البلاغي اولهما اتصال يستهدف الاعلام والشرح والتفسير والتحليل وتقديم المعلومات والمواد المعرفية، وثانيهما اتصال يحدث عندما يوجه القائم بالاتصال عن قصد رسائله الاعلامية لإحداث تأثير مركز ومحسوب على اتجاهات وسلوك مجموعات معينة ومستهدفة من الجمهور، الاول عبارة عن نشاط اعلامي، اما الثاني فهو عبارة عن اتصال اقناعي يهدف الى التأثير والاقناع الذي لا يكتفي بمجرد استقبال الجمهور للرسالة واغما يستهدف احداث التأثير والاقناع والاستمالة، وهنا لا تكون العملية الاتصالية

65 مشكور كاظم العوادي، و محمد عبد الرضا محسن، مصدر سابق، ص10.

66 أمحد بحم الزبيدي، تمثلات ليليث مقاربات نقدية في الشعر والسرد، الرسم للصحافة والبشر والتوزيع، بغداد، 2015، ص220.

اعتباطية بل الهدف منها هو اقناع الجمهور المستهدف بفكرة معينة، وهذا هو الارتباط الحقيقي بين الاتصال وبلاغة الاقناع.⁶⁷

وتلجأ وسائل الإعلام إلى استخدام أساليب مختلفة لإقناع الجمهور بجدوى الرسائل الموجهة إليه، والدعوة إلى التفاعل معها والتجاوب مع مضمونها.

والإقناع ليس عملية قهر أو إجبار مباشر، إذ لا يحدث ذلك بمجرد إصدار القوانين، بل يتم عن طريق جهود متتالية تستهدف استمالة العقل والعاطفة أو أحدهما لدى الفرد المستهدف بطريقة غير مباشرة في معظم الأحيان، فالإقناع ليس فعلاً ميكانيكياً، إذ إنه يتطلب التخطيط المسبق والوقت والجهد للتغلب على كافة العوائق التي تقف في سبيل تحقيق أهداف العملية الإقناعية، وثمة استمالات عدة تستند إليها الرسائل الإعلامية لإحداث عملية الإقناع، منها:⁶⁸

1. الاستمالات العاطفية: تأتي هذه الاستمالات من كون الإنسان عاطفي يهتم بالرسائل التي تصاغ بمهارة، والتي تستميل الحماس والاهتمام بالذات أو المشاعر الأخرى التي ربما لا تكون منطقية بطبيعتها، وأن استخدام الحجج والبراهين والبناء المنطقي والتنظيم المحكم لن يكون له فاعلية إلا إذا كان مستخدماً بهدف استمالة العاطفة.

2. استمالات التخويف: ويقصد بها تلك الاستمالات المعتمدة على ما يدعى إثارة أوتار الخوف لدى جمهور المتلقين حول مضمون الرسالة الإعلامية الذي يشير إلى النتائج غير المرغوبة المترتبة على عدم قيام المتلقي أو قبوله لتوصيات الرسالة الإعلامية، وعدم تطبيقه لمحتوياتها، أو الاستفادة الجدية من المعلومات والبيانات الواردة فيها، لكن المبالغة في استخدام نوع معين من المؤثرات قد يؤثر

67 نزهة حابون، مصدر سابق، ص 2.

68 د عبد الله بدران، الرسائل الإعلامية تأثيرات معرفية وتعبيرات سلوكية، مجله الكويت، 2010، موقع المجلة على الشبكة الدولية (الإنترنت)، www.kuwaitmag.com.

سلبا على تحقيق الأهداف، فأسلوب التخويف قد يجعل الجمهور يهتم بالرسالة، لكنه في الوقت نفسه قد يعوق مدى فهمه لهذه الرسالة.

3. الاستمالات المنطقية: تعتمد فعالية الاستمالات المنطقية «العقلية» بصورة عامة على مدى اقتناع الأفراد بالتفكير المنطقي في الموضوعات المطروحة، وحتى تزداد فعالية الاستمالات المنطقية يجب أن تعتمد - إلى حد ما - على توظيف دوافع الفرد ودراسة الاختلافات الفردية التي تحدد مدى تأثير تلك الاستمالات على كل قطاع نوعي من الجمهور، وفقاً لدرجة الاختلاف في المستوى التعليمي والثقافي وطبيعة الشخصية وأسلوب التفكير.

ومن الجوانب المهمة في هذا المجال المقارنة بين الاستمالات الإيجابية والاستمالات السلبية؛ فالاستمالات الإيجابية تتضمن تحقيق نتيجة محددة مستهدفة ومرغوبة من القائم بالاتصال، حتى يقتنع بها الجمهور المستهدف، أما الاستمالات السلبية فتشتمل على تجنب نتيجة غير سارة أو غير مرغوبة يستهدف القائم بالاتصال من أفراد الجمهور المستهدف تجنبها وتلافيا.

وبذلك تختلف القدرات الإقناعية لوسائل الإعلام من وسيلة إلى أخرى، وفقاً للموضوع الذي تعالجه، والجمهور الذي تتوجه إليه، والبيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، التي تستهدفها، فثقافة الأفراد وتكويناتهم النفسية ومصالحهم وأوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية والفكرية، تشكل جزءاً مهماً من العوامل التي تواجه نجاح الإعلامي في مخاطبة الناس، والقدرة على إقناعهم، لأن الإقناع يستهدف العقل والعاطفة أو أحدهما، بطريقة غير مباشرة، وهذا يتطلب تخطيطاً مسبقاً ووقتاً وجهداً، لذلك يمكن القول أن الإقناع هو محاولة مقصودة من جانب المرسل، لتغيير معتقدات أو اتجاهات أو سلوكيات المستقبل من خلال نقل بعض الرسائل.⁶⁹

69 داود امي، القدرات الإقناعية لوسائل الاعلام، بنابيع العراق، 26 كانون الثاني 2015.

فالمصدر هو منشئ الرسالة الإعلامية وصانها، وهو الذي يؤثر على عملية الإقناع، معتمداً على خمس مهارات أساسية للاتصال، اثنتان متعلقتان بوضع الفكر في كود، وهما الكتابة والتحدث، واثنتان متصلتان بفك الكود، وهما القراءة والاستماع، والمهارة الخامسة، هي القدرة على التفكير ووزن الأمور، ومن المهم أيضاً معرفة اتجاهات المصدر، وهي ثلاث :⁷⁰

1. اتجاه المصدر نحو نفسه : فإذا كان اتجاه المصدر نحو نفسه سلبياً، فيحتمل أن يؤثر هذا التقييم للذات على نوع الرسالة التي يصنعها وعلى تأثيرها ومردودها على المتلقي، في حين إذا كان اتجاه المصدر نحو ذاته إيجابياً، فقد يجعله هذا الاعتقاد واثقاً من نفسه ومقبلاً على عمله.

2. اتجاه المصدر نحو الموضوع : عندما نقرأ كتاباً أو نستمع لمدرس أو ممثل، يبقى لدينا انطباع، هل هو مقتنع أو غير مقتنع بالموضوع؟ هل يتحدث عن الموضوع بإيمان وعقيدة حقيقية أم يتظاهر بالتحمس له ؟

3. اتجاه المصدر نحو الجمهور : حينما يدرك القراء أو المستمعون أن الكاتب أو المتحدث يحبهم فعلاً ويحترمهم، يصبحون أقل انتقاداً لرسائله، ويزداد قبولهم لما سيقوله.

كما ان مستوى معرفة المصدر بالموضوع يؤثر على مستوى رسالته، فنحن لا نستطيع أن ننقل ما لا نعرفه، ولا نستطيع أن ننقل بفاعلية مضموناً لا نفهمه، وليس المعرفة مهمة، بل مستوى المعرفة، فإذا كان المصدر يعرف الكثير جداً أو متخصصاً، فقد لا ينجح في نقل المعاني المطلوبة ببساطة، لعدم قدرته على التبسيط، إذ لا يكفي أن يعرف المصدر موضوعه، بل المهم أن يكون قادراً على نقله بشكل مفهوم ومبسط للقطاعات المستهدفة.

70 المصدر نفسه.

وتسهم الرسائل الإعلامية في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة فهم واستيعاب الجمهور للقضايا التي تطرحها، ومن ثم توجيههم الوجهة السليمة للتعامل معها إدراك مراميها، ويظهر هذا التأثير في الأمور الآتية:⁷¹

1. نشر المعرفة: يقصد بالمعرفة تلك الثقافة التي يمتلكها الجمهور من خلال وسائل الإعلام عن كل ما يرتبط بالقضية المطروحة من معلومات رئيسة، وعلاقتها بعدد من مجالات الحياة، وزيادة الوعي العام حيالها، وتظهر التأثيرات الأساسية لوسائل الإعلام في الجانب المعرفي عند الفرد بتقديم معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة، وتغيير أو خلق صور ذهنية عنده عن الأحداث أو المواقف أو الدول أو الأشخاص.

2. التأثير في الاتجاهات: يؤدي المحتوى دورا واضحا في التأثير على اتجاهات الأفراد نحو التقبل أو الرفض، وتتضافر عوامل كثيرة في تحريك وتوجيه هذه الاتجاهات منها: التعليم والطبقة والعلاقات الاجتماعية ووقت المشاهدة، والمعروف أن الرسالة الإقناعية هي نتيجة للعديد من القرارات بالنسبة لشكلها ومضمونها، ومعظم هذه القرارات لا يملئها الهدف الإقناعي للرسالة فقط لكن يملئها أيضا خصائص الوسيلة ونوعية الجمهور المستهدف والظروف المحيطة به، إلى جانب عوامل أخرى لإحداث التأثير والفائدة.

3. التأثير في السلوك: يتم التأثير في السلوك من خلال إكساب المواطن سلوكيات إيجابية معينة، وإقناعه بترك اتجاهات وسلوكيات غير سليمة، والسلوك الإنساني هو ما يقوم به الفرد من نشاطات مختلفة، وما يؤتیه من أفعال وردود أفعال في حياته اليومية الخاصة، وفي علاقته مع الآخرين، وهو انعكاس للمواقف التي تحيط به نتيجة اتصاله بمجال اجتماعي معين.

71 د. عبد الله بدران، مصدر سابق

فالمهدف الرئيسي للقائمين على الرسائل الإعلامية هو نجاحهم في إيصال تلك الرسائل إلى الجمهور المستهدف، وتأثيرهم فيه وفق الأهداف المنشودة، وإذا أرادوا النجاح في ذلك فعليهم تحديد الأفكار الرئيسية التي تتضمنها الرسالة ويدركها الجمهور مباشرة، وتحديد الأسلوب الإغرائي المناسب، وأسلوب عرض وتقديم الاستمالات المناسبة للجمهور، والتنوع في الشكل والمضمون، وأن ترتبط بالمتطلبات الحقيقية للجمهور.

وعندما نتحدث عن الرسالة الصحفية أو المضمون لابد من الإشارة إلى القائم بالاتصال، إذ ينبغي عليه أن يتخذ عدة قرارات حينما يقدم رسالة اقناعية، ومن هذه القرارات تحديد الأدلة التي سيستخدمها والدلة التي سيستبعدها والحجج التي يجب أن يسهب في وصفها وتلك التي يجب أن يختصرها ونوعية الاستمالات التي سوف يستخدمها ومدى قوتها.⁷² ومما لاشك فيه أن المضمون الاعلامي واساليب تقديم الموضوع لها تأثير كبير على الاقناع، ومن التساؤلات المهمة في هذا المجال : هل يجب أن يبدأ الفرد بتقديم الحجج القوية ام يحتفظ بها حتى النهاية ؟ وهل المضمون الذي يذكر هدفه بشكل محدد أكثر فاعلية من المضمون الذي يترك هدفه ضمني ليستنتجه المتلقي ؟ فالواقع أن هناك العديد من الاعتبارات التي تكمن خلف اختيار اسلوب معين لتنظيم الرسالة الصحفية أو النص الاعلامي واختيار نوع معين من المضمون بدلا من نوع آخر، ويتوقف تأثير ذلك المضمون على موقف الجمهور من الموضوع ودوافعه واهتماماته وتشير نتائج الأبحاث إلى أن الاقناع يصبح أكثر فاعلية إذا حاولت الرسالة أن تذكر نتائجها أو اهدافها بوضوح بدلا من أن تترك للجمهور عبء استخلاص النتائج بنفسه.⁷³

72 د. جيهان أحمد رشتي، مصدر سابق، ص462.

73 المصدر السابق نفسه، ص486.

ثانيا : التعبير البلاغي في الخطاب الصحفي

التعبير هو اداء لغوي جوهره معلومات وافكار وآراء ومشاعر، وظاهره حروف مرسومة وعلامات محددة، وكلاهما (الجوهر والشكل) منظم ومحكم بهدف تنظيم الاتصال، وتجويد التعبير، وتحقيق الاثبات والتوثيق، والتعبير اسلوب للتفكير، عن طريقه نميز بين التفكير الغامض والتفكير الناضج، وجودته تعني حسن التفكير وسلامة اللغة وعمق المعرفة ونقاء الذوق⁷⁴.

ويوصف التعبير بالقلب اللفظي الذي ينقل العاطفة ويرسم الخيال ويبرز المعنى وتتكون عناصره اللغوية من مفردات وجمل، وترجع صفاته البيانية الى الوضوح والقوة والجمال، وتتصل وسائله بالفكرة التي تظل حيصة فكر الشخص المفكر الا اذا اطلقها الى الخارج فأصبحت مشاعا لغيره اذ ان امشاط التعبير عن الفكر متعددة فهي الاشارة والرموز، والفنون بشتى انواعها، والنطق والكلام اللفظي، والكتابة والتدوين التي تعد الوسيلة الأكثر تداولاً حتى اليوم لتأمين اتصال دائم⁷⁵.

ويجمع هذا التعريف بين مفهوم التعبير الادبي فيما يتعلق بنقل العاطفة ورسم الخيال، وبين مفهوم التعبير الصحفي فيما يتعلق بإبراز المعنى⁷⁶، لذلك فإن التعبير البلاغي في الاعلام يقتصر على نقل المعنى بوضوح اذ توصف لغته بأنها واقعية ومباشرة وواضحة وبسيطة.

74 د محمد رجب فصل الله، عمليات الكتابة الوظيفية وتطبيقاتها تعليمها وتقويمها، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص15.

75 د أكرم فرج الربيعي، الصحة الاسلوبية في صياغة الاخبار تكتيك الخبر الصحفي، بيروت، 2012، ص25، وللمزيد ينظر الى : د علي بو ملحم، في الاسلوب الادبي، بيروت، دار ومكتبة الهلال، 1995، ص8.

76 المصدر نفسه، ص25.

وبذلك تنحصر وظيفة التعبير سواء كان ادبياً او علمياً او اعلامياً في تصوير المعاني بالألفاظ، فكساء الكلام به يجعل من الخطاب أكثر رونقا وبهاءً ؛ كالثوب الذي يزين لابسه ويكسبه حسناً وجمالاً، فإذا لم يراع منتج الخطاب حسن التعبير فلا اثر له في المتلقي لرسالته.⁷⁷

ويتحدد مفهوم لغة التعبير الإعلامي في إطار أداة تعبير ووسيط ناقل للمعلومات والأفكار التي يحملها المضمون الإعلامي بشكل يؤدي إلى فهم المتلقي لما يعبر عنه أو ينقله منتج المادة الإعلامية، وإغلاق الدائرة الاتصالية فيما بينهما بشكل يسهل عملية تلقي المضمون كما قصده الكاتب ببذل الحد الأدنى من المعالجة المعرفية المطلوبة، ولا يخرج هذا المفهوم للغة الإعلام عن المفهوم العام للغة كأداة للتعبير والتواصل، وإن كان يركز على أولوية مسألة الفهم وسهولة التلقي كضرورة لأبد من تحققها في هذه اللغة، لذلك انشغل الباحثون في مجال الإعلام بمجموعة الخصائص التي تفضي إلى تحقيق هذا الهدف عند معالجتهم لمفهومها، في حين انشغل الباحثون في مجال علم اللغة بتحليل درجة الالتزام أو جنوح اللغة الإعلامية عن قواعد اللغة المعيارية واهتموا بتوصيفها كمستوى من مستويات التعبير اللغوي المنبثق عن اللغة الفصحى المعيارية.⁷⁸

ويستعمل في صياغة الرسالة الصحفية ومراحل تحريرها التعبير التحريري الذي يعني انشاء موضوع بتحويل الافكار والمعلومات والآراء الموجودة في الذهن (غير المرئية) الى عمل مكتوب، يترجم الافكار، ويعكس المعلومات في صورة مرئية، اذ ان تعليم التعبير التحريري هو تدريب عملي على التفكير من ناحية، وعلى استخدام اللغة من ناحية اخرى، والتعبير بهذا المعنى يعد عملية فكرية وادائية

77 الشيخ علي محفوظ، التعبير، شبكة الالوكة، www.alukah.net 2008 - 7 - 20.

78 مدونة مستر اعلام، المحاضرة الرابعة، اللغة الاعلامية، موضوعية اللغة واهميتها، الاثنين 6 1 2014،

[r- me3lam.blogspot.com](http://me3lam.blogspot.com)

ذات مراحل متداخلة ومتشابكة، واجراءات بنائية تراكمية تبدأ قبل بدء الكتابة وتستمر في اثناءها وتنتهي بعد انتهاء الكتابة⁷⁹.

ويستمد موضوع اللغة في وسائل الإعلام أهميته البحثية من عدد من العوامل:⁸⁰

1. ان جوهر الرسالة الإعلامية يتمثل في اللغة التي يستخدمها الكاتب في نقل المضمون الذي تحمله، بقدر نجاحه في تفعيل قدرات وإمكانيات اللغة في التعبير ونقل المعاني والأفكار بقدر نجاحه في تحقيق الأهداف الوظيفية المختلفة لهذه الرسالة.
2. تمارس لغة الإعلام تأثيراً واضحاً على لغة الجمهور المتعرض لها ولا يتوقف حد التأثير هنا عند مجرد تسرب مفردات القاموس اللغوي الإعلامي إلى القاموس اللغوي الجماهيري، بل يتجاوزها إلى التدخل في بناء تصورات الجمهور عن الأحداث بناءً على نوع وخصائص اللغة التي استخدمتها في التعبير عنها.

وتعد لغة الإعلام مادة شديدة الخصوبة لتحليل وتتبع أنماط التطور في اللغة الأم (المعيارية) بأنظمتها الفرعية المختلفة (الصرفية- التركيبية- الدلالية) وهو ما التفت إليه الباحثون في علم اللغة فصرفوا العديد من جهودهم في فحص وتحليل أنماط التطور التي أحدثتها لغة الإعلام في اللغة الأم.

ويبرز الاستخدام البلاغي الاقناعي في التعبير الاعلامي في تحقيق غاية واهداف الرسالة الصحفية، وهنا لا نقصد بكلمة (التعبير) الكلام المكتوب، ولا بكلمة (البلاغة) الجمال، وإنما يعني التعبير: الوعاء الذي يحمل المعاني كلاماً وأفعالاً، وتعني البلاغة في أصلها الاشتقاقي: تحقيق الغرض (من بلغ الشيء أي وصل إليه وحققه)، والتعبير البليغ هنا ليس هو الكلام الجميل والعبارات المنمقة

79 د. محمد رجب فضل الله، مصدر سابق، ص19.

80 مدونة مستر اعلام، مصدر سابق.

والألفاظ المختارة بعناية، وإنما هو: التواصل الناجح، أو الحوار المثمر، أو الاتصال الفعال. وتأتي أهمية بلاغة التعبير أو فعالية الاتصال من انتشار ظواهر اتصالية خائفة ومستفزة مثل: الكلام الإنشائي الانفعالي، أو الصياغات المعلبة، وهي ظواهر يساعد الإعلام والتعليم والأسرة في انتشارها فتسرق من قلوبنا كل بهجة، وتند في نفوسنا كل أمل في النهضة والتقدم.⁸¹

فالبلاغة هي تأدية المعنى الجليل واضحا بعبارة صحيحة فصيحة لها في النفس اثر خلاب مع ملائمة كل كلام للموطن الذي يقال فيه، والاشخاص الذين يخاطبون، فعناصر البلاغة اذا لفظ ومعنى وتأليف للألفاظ يمنحها قوة وتأثيرا ثم دقة في اختيار الكلمات والاساليب على حسب موطن الكلام ومواقعه وموضوعاته وحال السامعين والنزعة النفسية التي تتملكهم وتسيطر على نفوسهم.⁸²

ويصف معجم النقد الادبي بلاغة التعبير بأنها فن او موهبة اجادة الكلام، وفن معرفة الاقناع واثارة المشاعر من خلال طريقة الكلام.⁸³

وعليه ترمي البلاغة الوصول إلى النهاية، فهي تعني في اللغة إيصال المعنى كاملا إلى ذهن القارئ والسامع⁸⁴، والتحرير الإعلامي يحقق مفهوم البلاغة العربية التي تنبئ لغة عن (الوصول والانتهاء)⁸⁵، فهي تعني إبلاغ المعنى بطريق صالح للتعبير

81 د. وائل عزيز، التعبير البلاغي، الجزء الاول، المجموعة الدولية للقيادة والابداع.

82 علي الجارم، و مصطفى امين، البلاغة الواضحة البيان والمعاني والبيدع للمدارس الثانوية، في اسلوب ادبي واضح، ط7، دار المعارف بمصر، بلا تاريخ، ص8 - 9.

83 معجم النقد الادبي، ترجمة وتحرير، كامل عويد العامري، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2013، ص163.

84 عدنان شير، الفرق بين النقد والبلاغة موضوع نقاش، الجامعة السيفية بالهد TR 2505، نشر على موقع مجلس الأدب العربي، 8 سبتمبر 2005. alwaraq.net

85 د عبد العزيز شرف، فن التحرير الاعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1987، ص26

فيحمد فيها الإيجاز إذا لم يخل بمعناه ويحمد فيها الأطناب إذا لم يكن حشواً أو تطويلاً⁸⁶، وبذلك ترشدنا علوم البلاغة ومنها علم المعاني إلى اختيار التركيب اللغوي المناسب للموقف، كما يرشدنا إلى جعل الصورة اللفظية أقرب ما تكون دلالة على الفكرة التي تخطر في أذهاننا، فهو لا يقتصر على البحث في كل جملة مفردة على حدة ولكنه يمد نطاق بحثه إلى علاقة كل جملة بالأخرى وإلى النص كله بوصفه تعبيراً متصلاً عن موقف واحد، إذ أرشدنا إلى ما يسمى الإيجاز والأطناب والفصل والوصل حسبما يقتضيه الموقف⁸⁷، ويختص علم البديع في البلاغة بعنصر الصياغة (تنسيق الصياغة وتجميل الأسلوب)، فهو يعمل على حسن تنسيق الكلام عن طريق تنظيم الجمل والكلمات⁸⁸، ويرى عبد القاهر الجرجاني أنه لا يتصور أن يحصل المرء على المعنى أولاً على حدة ثم يبحث له عن الألفاظ الدالة عليه، إذ إن الألفاظ من حيث هي ألفاظ لا تطلب بحال وإنما تطلب من أجل المعاني في الصياغة والسياق فـ "محال أن يكون الترتيب فيها تبعاً لترتيب الألفاظ ومكتسباً عنه لأن ذلك يقتضي أن تكون الألفاظ سابقة للمعاني وأن تقع في نفس الإنسان أولاً ثم تقع المعاني من بعدها وتالية لها، فهل كانت الألفاظ إلا من أجل المعاني"⁸⁹.

ويصف عدد من الباحثين أسلوب بلاغة التعبير بأنه المعنى المصوغ في الفاظ مؤلفة على صورة تكون أقرب لنيل الغرض المقصود من الكلام، ويصنفونه إلى ثلاثة أنواع:⁹⁰

86 د. علي بو ملحم، في الأسلوب الأدبي، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 1995، ص44

87 عدنان شبيب، مصدر سابق

88 المصدر نفسه.

89 عبد القاهر الجرجاني: دلائل الإعجاز، ط2، مكتبة سعد الدين: دمشق، 1987، ص373.

90 علي الجارم، و مصطفى أمين، البلاغة الواضحة البيان والمعاني والبديع للمدارس الثانوية في أسلوب أدبي واضح، ط7، دار المعارف بمصر، بلا سنة نشر، ص12 - 16.

1. الأسلوب العلمي : وهو أهدأ الأساليب وأكثرها احتياجاً إلى المنطق السليم والفكر المستقيم وبعدها عن الخيال الشعري، لأنه يخاطب العقل، ويناجي الفكر ويشرح الحقائق العلمية التي لا تخلو من غموض وخفاء، وظهر ميزات هذا الأسلوب الوضوح، وتكمن قوته في سطوع بيانه ورصانة حججه، ويكمن جماله في سهولة عباراته، وسلامة الذوق في اختيار كلماته، وحسن تقريره المعنى في الإفهام من اقرب وجوه الكلام، فيجب ان يعنى فيه باختيار الالفاظ الواضحة الصريحة في معناها الخالية من الاشتراك، وان تؤلف هذه الالفاظ في سهولة وجلاء حتى تكون ثوبا شفا للمعنى المقصود، وحتى لا تصبح مثارا للظنون، ومجالا للتوجيه والتأويل.

2. الأسلوب الأدبي : ومن ابرز صفاته وظهر مميزاته الجمال، ومنشأ جماله ما فيه من خيال رائع وتصوير دقيق، وتلمس لوجوه الشبه البعيدة بين الاشياء، والبأس المعنوي ثوب المحسوس، واطهار المحسوس في صورة المعنوي.

3. الأسلوب الخطابي : ومن اظهر مميزات هذا الأسلوب التكرار، واستعمال المترادفات، وضرب الامثال، واختيار الكلمات الجزلة ذات الرنين، ويحسن فيه ان تتعاقب ضروب التعبير من اخبار الى استفهام الى تعجب الى استنكار وان تكون مواطن الوقف فيه قوية شافية للنفس، وتبرز في النوع قوة المعاني والالفاظ وقوة الحجة والبرهان وقوة العقل الخصب.

ولما كانت البلاغة نظاماً من التعليمات "تُستخدم في إنتاج النص، فإنّ معارفها مهمّة في إنتاج كثير من الحالات، وإن كان يتمّ عرض إمكانات الانتفاع بالأجناس البلاغيّة كلّها في تحليل النصّ"⁹¹، وعلى هذا؛ فإنّ النصّ يبقى مفتوحاً، و"تظلّ قراءتنا ومشروعنا منفتحاً على السؤال والبحث والاستفادة من الإنجازات

91 د سعيد حس بحري، علم لغة النص، المفاهيم والاتجاهات، مؤسسه المختار للنشر والتوزيع، 2004،

المهمة في مجال علوم الأدب والعلوم اللسانية والاجتماعية، بما يُسهم في إنجاز قراءة أكثر إنتاجية، وأكثر انفتاحاً وقَبُولاً للتطوير والإغناء: إغناء المنهج الذي به نحُل، والنص الذي نقرأ، ولا يمكن أن يتأتى هذا إلا عبر التفاعل الإيجابي القائم على الحوار الهادف والبناء"⁹².

والخطاب الصحفي، كغيره من الخطابات، مؤسسة لسانية ذات بعد تواصلي، غايته التأثير في المتلقي، وتوجيه الرأي عبر مجموعة من التقنيات المستمدة من حقول فنية ومعرفية أخرى، كالبلغة والأدب، مما يشترط على محلله التسلح بزد نظري قوي، ومنهج علمي متين، حتى يتسنى له سبر أغواره و كشف خباياه، والوقوف على أدق مميزاته، وأن يكون المحلل كذلك قارئ لما وراء السطور و ليس ذو نظرة تحليلية سطحية، واصفة، وهذا كله بغية فهم الرسالة وتأويلها، وكذا الوقوف على تقنيات الخطاب الصحفي.⁹³

ويسعى الخطاب الصحفي إلى تحقيق وظيفته التواصلية عبر تقنيات أو استراتيجيات مستوحاة من علوم أخرى كالبلغة، والخطابة، وغيرها، ويمكن إيجاز هذه الاستراتيجيات في:⁹⁴

1. استراتيجية الإقناع: وفيه يركز المخاطب على قضايا الخطاب، محركاً كل الأدوات الإقناعية لتعزيز الترابط المنطقي بين المقدمات والنتائج، والإقناع في اللغة العربية يعني، خضوع المُخاطَب لرأي المُخاطِب.

2. استراتيجية الإفحام: وفيه يركز المخاطب على أدوات الخطاب، من خلال طغيانه على ذات المخاطب، دون رضى هذا الأخير، ويظهر هذا النوع خاصة في الخطابات الإيديولوجية.

92 سعيد يقطين، انفتاح النص الروائي (النص السياقي)، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 1989، ص154، 155.

93 تحليل الخطاب الصحفي دراسة نظرية وتطبيقية، الجمعية الدولية للمترجمين واللغويين العرب.

94 المصدر نفسه.

3. استراتيجية الاستمالة: ومعناها الفوز بميل المخاطب، بحيث إن المخاطب يستميل المخاطب عاطفياً، ومن ثم تتحقق الوظيفة التأثيرية للخطاب.

وتتضح علاقة الرسالة الإعلامية بالبلاغة العربية من خلال التعبير الموضوعي، فالصيغات اللغوية الإعلامية تقتضي الموضوعية والمباشرة والوضوح أكثر مما تعني التزييق اللفظي لأن هدف الرسالة الإعلامية هو تحقيق غاياتها الاتصالية ويأتي الاقناع في مقدمتها، لذلك تبدو الموضوعية كدين تجاه القارئ ينبغي سداؤه من قبل الصحافة، كما لو كانت هذه الأخيرة تقع في أفق جماعي للمعنى الذي ينبغي إدراكه بالصيغة والشكل والمضمون نفسه، في حين أن كل ما ينتزع من الخطاب الذي تبنيه الصحافة سواء كان معنى أو قيمة يتحدد من خلال ممارسات مركبة لا يضبطها فقط منطق اللغة ولا تحركها إرادة الصدق لوحدها؛ أي تلك الإرادة التي تجعل القول فعلاً أخلاقياً، بغض النظر عن الوساطات المعقدة التي تُبنى على طاقة تحويلية تُصير الحدث الخام إلى خبر ذي معنى قابل للتسويق في أذهان الناس، وتمنحنا المقارنة بين الخبر في علوم العربية (خاصة البلاغة) والخبر في الصحافة فرصة تعميق رؤيتنا لسؤال الموضوعية في الخطاب الصحفي، إذ من خلال ذلك يمكن اختبار مفهوم الموضوعية بالنظر إلى مفهوم الصدق، وزيادة على ذلك فهي تتيح مراجعة مفهوم «الوصف» الذي تقوم عليه المهمة الأساسية لصياغة الخبر الصحفي بالنظر إلى خلفية مكونة من ممارسات وعلاقات بالعالم لا باعتباره موضوعات جامدة قابلة للتثبيت في الزمن، وإنما باعتباره أحداثاً تسيل وتُنجز نفسها بشكل معقد، ومن الصعب السيطرة على بدايتها ونهايتها بدون اختزال.⁹⁵

ان تطور لغة الاعلام يعد بلاغة اصطلاحية برزت لتشكل الذوق اللغوي العام لدى الجمهور، فالمتعرض لوسائل الاعلام المقروءة والمرئية والمسموعة يصبح

95 محلة نزوى، اشكالية الحدث والواقع...قول الحقيقة لا ينمي الكذب، العدد : 73، 6 6 2015.

خبيرا بضوابط هذه البلاغة وقوانينها، ويكون على وعي بما يطابق الحال من الالفاظ والتراكيب، ويهتدي الى الجديد من الكلام، والمختار من القول.⁹⁶

ويتوقف احد الباحثين عند ظاهرة بلاغية في الخطاب الاعلامي تتمثل في جانبين احدهما المكتوب المعد في فواتح نشرات الاخبار الشفوي المعد او المرتجل الجاري على ألسنة المراسلين وخاصة في القنوات الفضائية وينوه بما طورته الفضائيات في الجانب الاول في صياغة موجز النشرة اذ جمعت فيه بين مطلب الدلالة بإيجاز ومطلب التأنيق البلاغي دون تكلف.⁹⁷

ولا يعد التحديد البلاغي للخبر من حيث هو ما يحتمل الصدق والكذب، كافيا لإشباع متطلبات الخبر في الصحافة، فعبارة «الطاولة السوداء»، تعد خبرا في البلاغة لأنها تحتمل الصدق والكذب، لكنها لا ترقى لتكون خبرا صحفيا، ذلك ما تعمل الأدبيات الصحفية على تحديده، فقد سبقت الإشارة إلى أن الخبر في الصحافة تحايثه قيمة «الجدة»، لأنه ما يحمل معلومة جديدة.

بل ذهب عبد العزيز الغنام في كتابه مدخل في علم الصحافة إلى اعتبار حداثة الخبر وارتباطه بالآنية مكونا أساسيا في تعريف الصحافة، بل أن اسم الصحيفة باللغات الأجنبية يحدد الدلالة الأساسية لأهمية هذه السمة، إذ أنها تحتوي دائما على أشد الأحداث التزاما بالآنية: وأكثرها أهمية بالنسبة للجمهور⁹⁸

ومن الخطوات التي تساعد المحرر الصحفي على تحقيق استراتيجيات البلاغة الاقتناعية " معرفة الثوابت من الكلمات والمترادفات وكيفية الاختزال الفكري لها، ومعرفة المتغيرات، أي إبعاد المفردات التي انتهى تداولها والسعي إلى عصرنة اللغة

96 عبد المؤمن بن عبد الله اليقي، نحو بلاغة اعلامية جديدة، صحيفة المدينة السعودية، ملحق الاربعاء الاسبوعي، العدد : 19180، 28 - 10 - 2015.

97 نهاد الموسى، لغة الاعلام، ثنائية اللحن وفصل الخطاب، مجلة الاعلام والاتصال، ع133، غرة رجب 1430 هـ، 24 يونيو 2009، ص 41

98 المصدر نفسه.

وحساب الاحتمالات، أي الحد من الوقوع في خطأ استخدام المفردات التي لها غايات أخرى لدى الوسائل المتنافسة " ⁹⁹

إذ إن " من مبادئ البلاغة في الخبر الصحفي التنوع في تراكيب الجمل حتى لا تبعث رتابة على ملل القارئ، وأشيع أنواع الجمل ما كان قوامه فعلا وفاعلا ومفعولا به، كما أن من مبادئ الفصاحة في الكتابة الإخبارية حسن انتقاء الألفاظ والعبارات التي تؤدي المعنى أداءً محدداً ومباشراً " ¹⁰⁰.

وبما أن الأسلوبية تفترض إن لكل (نص) بلاغته الخاصة وأحكامه الجمالية النابعة من داخله ¹⁰¹، وإن لكل فن بلاغته، لذا فبلاغة الخبر الصحفي تكمن في سرعة وعي القارئ والسماع دون عناء باللفظ السهل الموجز الخالي من التزييق أو التفخيم أو الابتذال، وألا يثقل الخبر بالعواطف السلبية والإيجابية ¹⁰²، فليست البلاغة معياراً لصدق الخبر أو كذبه، وإنما البلاغة معياراً لسلامة البناء اللفظي وجمال التركيب النحوي ¹⁰³.

وقدم سعيد الأفغاني أحد أعضاء مجمع اللغة العربية في دراسته لخمس نشرات إخبارية من نشرات الإذاعة السورية في يناير 1983 نقداً للغة الخبر الإعلامي إذ يرى إن الخبر أول ما يقصده قارئ الصحيفة أو المستمع إلى الإذاعة مما يتوجب أن تكون العناية به صوغاً وأداءً من حيث سلامة اللغة وجودة أدائه، وإن الجملة العربية تعنى بالحدث قبل المحدث، لذلك كثيراً ما يتصدرها الفعل، وحين تقوم

99 صلاح فصل، علم الأسلوب وصلته بعلم اللغة، ط2، الرياض : دار العلوم للنشر، 1989، ص17.

100 ستالي حوسن، وحوليات هاريس، استقاء الأنباء فن صحافه الحر، ترجمة بتصرف : وديع فلسطين، ط7، دار المعارف بمصر، 2002، ص119

101 محمد الغامدي، إشكالية المنهج الأسلوبي وخصوصية اللغة، شبكة الفصحى لعلوم اللغة العربية، 4 - 12 - 2005.

102 نور الدين بلبل، الانتقاء بالعربية في وسائل الاعلام، سلسلة كتاب الأمة، الكتاب الرابع والثمانون، مركز الدراسات والبحوث، وزارة الاوقاف والشؤون الإسلامية، دولة قطر، 1422 هـ

103 عبد الله علوان، الصحافة وحرية التعبير، موقع صوت الإنسانية، 2- 6- 19، 2007: PM 12.

أغراض بلاغية تدعو إلى العناية بالمحدث أولاً فإنهم يقدمونه، وهذا غير وارد بالأخبار¹⁰⁴، وحسب التحديد البلاغي فللخبر نسبتان الأولى: تفهم من الخبر ويدل عليها الكلام، وتسمى النسبة الكلامية، والثانية: تعرف من الخارج والواقع بقطع النظر عن الخبر وتسمى بالنسبة الخارجية، فالخبر بهذه الحالة هو عبارة تتوجه إلى واقع تعتبر مطابقته شرط صدقها، وعدم مطابقته دليل كذبها، فإذا قلنا الشمس طالعة وكانت هي في الواقع والخارج كذلك سمي الكلام صدقا، وإن لم تكن طالعة سمي الكلام كذبا، وإذا كان من الجلي أن الخبر كما يظهر من خلال هذا التعريف يتكون أساس تميزه عن الإنشاء من خلال مهمته الوصفية التي تتوجه إلى عالم الأشياء، فمن الواضح أن هذا العالم لا يتكون من أشياء ثابتة أو موضوعات جامدة فقط وإنما يضم أحداثا متغيرة تتم وتنتهي في الزمان، ومنها كيانات نفسية متحولة لا تلبث على حال، ويؤكد عبد القاهر الجرجاني أن الخبر ينطوي على ما يمكن أن نسميه بـ"بيئة الإثبات" التي تعود إلى المخبر، بإثباته أو نفيه للمعنى بخبر المبتدأ للمبتدأ أو بالفعل للفاعل، كما يوضح ذلك قائلا: "ومن الثابت في العقول والقائم في النفوس أنه لا يكون خبر حتى يكون مخبر به ومخبر عنه، لأنه ينقسم إلى إثبات ونفي: فلو حاولت أن تتصور إثبات معنى أو نفيه من دون أن يكون هناك مثبت له ومنفي عنه، حاولت مالا يصح في عقل ولا يقع في وهم" إذ إن للخبر معنى لا يتصور إلا بين شيئين، يكون أحدهما مثبتا، والآخر مثبتا له أو يكون أحدهما منفيًا والآخر منفيًا عنه، وهكذا لا يمكن تصور مثبت من غير مثبت له ومنفي من غير منفي عنه.¹⁰⁵

104 بوري الدين بليبل. مصدر سابق

105 مجلة نزوى، اشكالية الحدث والواقع... قول الحقيقة لا ينفي الكذب، العدد: 73، 6 6 2015.

ويؤطر الخبر الصحفي بكامله في العناصر الستة، بل إن بعض الخبراء يرى أن استيفاءها هو المثل الأعلى الذي ينبغي للصحفي التطلع إليه، مبرر ذلك يعود بالدرجة الأولى إلى عنصر السببية المعبر عنه في سؤال : لماذا ؟ الذي ليس من السهل الإجابة عنه أو تحديده بدقة عندما يتعلق الأمر بالحدث، فإذا كان الحدث هو مقتل شخص في انفجار قنينة غاز في زمن ومكان محددين، فإن سبب ذلك لا يمكن ضبطه ببسر بل يمكن أن يفتح الخبر على سلسلة سببية : مثل السبب يرجع إلى تسرب غازي، سببه من قام بتركيب القنينة والذي لم يغلق مفتاحه جيدا، أو خلل أصلي في صنع القنينة وهكذا... وأكثر من ذلك فتحديد السبب يحايثه إلحاق أخلاقي وقانوني بالطرف الذي يتحمل مسؤولية الحدث، وهي ليست بالضرورة مهمة الصحفي وإنما مهمة مؤسسات أخرى تكفل المحاكمة وإنفاذ القانون، إذ يثير ذلك مسألة هل ينبغي للصحفي وصف الحدث من خلال خبره مع المرور إلى مستوى تحميل المسؤولية لجهة أو طرف معين المتضمن في الإجابة عن سؤال لماذا ؟ متخليا بذلك عن الموضوعية المفترضة في تدخله لبناء الخبر بشكل يظل وصفا لحدث معين وليس تأويلا له، في حين أن الإصرار على إظهار الحدث في نسقه السببي وهو الإصرار على استبقاء العنصر السادس من الخبر، يدخل عمل الصحفي إلى مجال التأويل المتمثل في إلحاقه ما كان ظاهرا منه بخلفية ظلت خفية انطلاقا منها يصبح الحدث مفهوما، إنه بذلك يقطع المسافة الفاصلة ما بين الوصف وخلق المعنى وما يترتب عنه من إضفاء للقيمة.¹⁰⁶

إن المتأمل في التعبير اللغوي الذي نستعمله الآن في حياتنا العامة في البلدان العربية شتى يلاحظ على الفور أشكالا وأنماطا من الفصحى تتعدد بتعدد

106 المصدر السابق نفسه

الأجناس والأنماط الثقافية التي تستعمل هذه الفصحى وتمارسها كوسيلة اتصال بالجمهير أو كوسيلة للتعبير الأدبي والفني¹⁰⁷

ومن هنا كان التعبير البلاغي الموجز في اللغة الإعلامية يؤثر أن تقول :¹⁰⁸

عرض للبحث بدلا من (عرض على بساط البحث).

قاتل بدلا من (خاض غمار القتال)

اشتد القتال بدلا من (حمى وطيس القتال).

انتهت الحرب بدلا من (وضعت الحرب أوزارها).

وصب غضبه بدلا من (صب جام غضبه)

ونتحدث بدلا من (نتجاذب أطراف الحديث).

وفي استغنائنا عن هذه التعبيرات كلها التي تشبه الكليشيهات الثابتة اقتصاد ذهني مادي وهو سمة من سمات لغتنا الإعلامية المباشرة.

وهما إن لكل لغة بناؤها اللغوي الخاص وطرائقها في الأداء وما يبدو شفافا في لغة قد يكون مرتبكا في لغة أخرى، لذلك فإن تقديم عنصر الزمن على الفعل في المثال العربي يأتي قلقا لا ترتاح له الإذن مثل: (عشرات من أعضاء جماعة السلام الأخضر أمس قاموا بمسيرة احتجاج ضد تلوث البيئة).

في حين إن القاعدة الصحيحة في التعبير الاعلامي البليغ تقول إن الزمن يوضع بعد الحقائق الرئيسة للاستهلال¹⁰⁹، فالوضوح وانسياب الفكرة في بناء الجملة من المسائل الأساسية في التعبير الإخباري¹¹⁰

107 معتصم زكي السنوي، لغة الإعلام وثقافة العصر النهضة الحديثة ومشكلات الحضارة، مجلة ألف ياء،

Alef yaa.com، 8: 19، 2007 / 11 / 1، ص36

108 معتصم زكي السنوي، مصدر سابق، ص36.

109 د.عبد الستار جواد، صناعة الاخبار، بغداد : دار الكتب للطباعة والنشر، 2000، ص128

110 المصدر نفسه

لذا فإن أول ما يجب أن ينتبه إليه المحرر الصحفي أن يميز العنصر الرئيس من العنصر الثانوي في كل خبر، وأن تستعمل كل جملة عنصرا مستقلا عن الكل وان تعالج كل فقرة جزءا مستقلا عن الكل⁽¹¹¹⁾ فعندما تكتب ضمير (هو) أو (هي)، تأكد تماما من انه لا مجال للشك إطلاقا في الاسم الذي يعود إليه الضمير، فإذا كان هناك شك ما كرر اسم الشخص المعني⁽¹¹²⁾

وتستلزم البلاغة الإقناعية في تحرير الخبر الصحفي الابتعاد عن تعبيرات التخفيف البلاغي التي تعني " استخدام أشكال لغوية اقل دقة ولكن اقل حدة وإثارة من تلك الأشكال اللغوية الأخرى التي يقتضيها الصدق والدقة " ⁽¹¹³⁾

فهذه العبارات هي عموميات مبهمة لكنها مغلفة بالصورة التي تجعلها محبذة لدى الجمهور بدلا من الحقائق والتفاصيل مثل الإشارة إلى من يموت بالمغفور له أو نمو كتلة من الحسم بدلا من السرطان⁽¹¹⁴⁾، في حين ان الخبر الصحفي يتطلب استخدام الكلمات المحددة الدالة على المعنى المباشر، فبدلا من عبارة التخفيف البلاغي التي تقول (إن إسرائيل تسببت في إلحاق قدر محدود من الظلم بالفلسطينيين)، نقول (إن إسرائيل تسببت في تشريد مليون لاجئ)⁽¹¹⁵⁾، وهنا تتبين البلاغة الإقناعية المباشرة، ذلك لان لغة الخبر هي لغة بسيطة ومباشرة تتطلب التعبير الواضح والمقصود دون تمويه او مناورة او مراوغة.

وفي بعض الصياغات الخبرية " قد تستعمل العبارات المجازية للتعبير عن موضوعات يريد الداعية ألا يظهرها صراحة، فهناك مثلا (الانسحاب وفقا لخطة موضوعة)، وتستعمل أحيانا عبارة (عاشرته معاشرة الأزواج) للإشارة إلى جريمة

111 نور الدين بلبل، مصدر سابق، ص2

112 د. عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي، مصدر سابق، ص270

113 عبد الإله مصطفى الخزرجي، تحليل لغة الدعاية، بغداد، 1984، ص42.

114 المصدر نفسه، ص43

115 المصدر نفسه، ص44

الزنا أو هتك العرض، وكانت النازلة تروج لعبارة القوة عن طريق اللذة أو المتعة لتغطية جرائم الإباحية والانطلاق بين الشباب" ⁽¹¹⁶⁾، وعليه يتبين أن العبارات الخاصة بالتخفيف البلاغي تفتقر إلى الدقة المباشرة في نقل المعلومات مما يجعل الصياغة الخبرية التي تتضمن مثل هذه التعبيرات فاقدة لأهم عناصر الخبر.

مستويات التعبير اللغوي:

هناك ثلاثة مستويات للتعبير اللغوي هي: ¹¹⁷

1. المستوى التذوقي الفني والجمالي ويستعمل في الأدب والفن،
2. المستوى العلمي النظري التجريدي، ويستعمل في العلوم،
3. المستوى العملي الاجتماعي العادي وهو الذي يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام.

وبذلك فإن المستوى الثالث من مستويات التعبير اللغوي والمتمثل بالمستوى العملي الاجتماعي العادي هو الذي يناسب التعبير البلاغي في الفن الصحفي، فقد استطاع الكاتب الصحفي الإنجليزي (دانييل ديفو) الذي اشتهر بقصته الخيالية الطويلة (روبنسن كروزو) أن يلمس بعبقريته خاصية الفن الصحفي، ولغته الفريدة، التي تتميز عن لغة العلم ولغة الأدب فقال: "إذا سألتني سائل عن الأسلوب الذي أكتب به لقلت إنه الذي إذا تحدثت به إلى خمسة آلاف شخص ممن يختلفون اختلافا عظيما في قواهم العقلية - عدا البله والمجانين - فإنهم جميعا يفهمون ما أقول" ¹¹⁸، هذا مع ملاحظة أن الرقم "5000" كان هو الحد الأقصى لتوزيع الصحف في القرن الثامن عشر في إنجلترا، وهو العصر الذي عاش فيه

116 د. عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، بيروت: دار الجيل، 1411 هـ - 1991م، ص95

117 د. إبراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، المكتبة الشاملة، www.shamela.ws، ص40.

118 د. إبراهيم امام، تطور الصحافة الانجليزية، 1956، ص89.

ديفو، وأنتج فيه إنتاجاً صحفياً متنوع الفنون، حتى أطلق عليه أبو الصحافة الإنجليزية. ومن الطريف أن ديفو كان مغرماً بالعناوين المثيرة، مجدداً في ذلك كل التجديد، وفي رأيه أن الجماهير لا بد أن تثار بالآراء الجريئة، مع استخدام الوسائل البصرية التي تحقق هذه الإثارة طباعياً، وهكذا كان فهم ديفو للصحافة إرهاساً وإدراكاً لمبدأ الإثارة الذي يفتخر به صحفيو القرن العشرين، غير أنه استغل هذا المبدأ استغلالاً فكرياً ناضجاً، ولم يهبط به إلى مجرد الإثارة الانفعالية الرخيصة. كما أن طريقة ديفو في كتابته الصحفية كانت مبتكرة واعية لوظيفة الصحافة، فهو يبدأ بالتخصيص لكي يتطرق منه إلى التعميم، ولا شك أن هذه الطريقة المتبعة في التدريس الحديث يمكن تطبيقها على الفن الصحفي الذي يتوجه إلى القارئ العام بذكائه المتوسط وثقافته العادية، وهكذا تكون رؤية العباقرة للخصائص الفنية سابقة لظهورها.¹¹⁹

خصائص التعبير البليغ

لا يكون الكلام بليغاً قوياً إلا إذا اتصف بما يأتي:¹²⁰

1. أن يكون موجزاً بريئاً عن الإطناب غير النافع، ومعيار كونه إطناباً غير نافع هو إمكانية الاستغناء عنه من غير أن يطرأ خلل إفادي يؤثر في تمامية المعنى المراد إيصاله للمتلقي، لذلك لا يسوغ تحديد معنى الإطناب بكونه مطلق الزيادة اللفظية الكمية، وعموم التوسع في التعبير؛ فمن المواضيع ما يقتضي

119 د. إبراهيم أمام، دراسات في الفن الصحفي، مصدر سابق، ص 31.

120 خالد إبراهيم المحجوبي، بلاغة اللغة ولغة البلاغة، (اللغة العربية بين تعدد المستويات واضطراب المعايير)، الكلية التقنية بحددة، مركز الدراسات العامة، منتدى اللغة العربية، المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، arbtech.ahlamontada.com، تاريخ الدخول للموقع 12 11 2015.

استطرادات وتوسعات، وتفرعات مطولة لا تضمن الفائدة إلا باجتراحها، وتسطيرها كاملة، بحيث يقع الكاتب - لو تركها - في عيب الاختصار المخل.

2. ان يخلو من غموض المعنى: كثيراً ما يغمض المعنى أو يغيب تبعاً لسوء استعمال الكلمات المعبر بها، أو سوء توظيف التراكيب والعوامل اللفظية، أو عدم إتقان السبك اللفظي المنظوم الذي له عيوب كثيرة، من أشهرها: تتابع الإضافات، وإطالة الفصل بين فعل الشرط وجوابه، وبين العامل ومعموله. وفي أحيان كثيرة يصل المعنى على الضد مما أريد له أن يصل، فإذا تحقق هذا العيب في نص ما كان أبعد ما يكون عن صفة البلاغة، بل قد يفقد شرعية كونه كلاماً أصلاً.

إن من المعايير أن يحترف الإنسان الكتابة حال تجرده عن صفة الإتقان اللغوي، والمُكنة البلاغية، وقد استقل أكثر الكتاب المعاصرين واستهانوا باللغة الفصيحة، فضلاً عن الفصحى؛ فصار - عندهم - الانشغال بها ترفاً، وتكلفاً؛ فأعرضوا عنها مُصاعرين خدودهم، ولسان حالهم يقول: إذا لم تستطع شيئاً فدعه وجاوزه إلى ما تستطيع، بل إن من هؤلاء من صار يستنقص اللغة (الكتابة) البليغة العالية، ويتهم أهلها بالتقعر، والتكلف؛ كل هذا في محاولة لستر ما يمور في دواخلهم من نقص بلاغي، وفقير لغوي.

كثيرون ملكوا مواهب، ووهبوا ملكات بديعة في مجالات التفكير، والتعبير، وإبداع المعاني والصور، لكنهم فقدوا إمكانيات الإتقان اللغوي الأصيل؛ لذلك جاءت كتاباتهم باهتة شوهاء، كتيبة عرجاء، غير مفصحة عن واقع مواهب كاتبها، ولا حقيقة عقول صانعيها، وقد كانوا في غنية عن كل هذا إن هم سَخَرُوا من أوقاتهم، وبذلوا من جهودهم قدراً مناسباً ولائقاً في مضمار الإمام باللغة وأوضاعها، والبلاغة وإبداعها.¹²¹

121 خالد إبراهيم المحجوبي، مصدر سبق ذكره.

الطريق البليغ للمحرر الصحفي (الكاتب)

ليس من الممتنع تكوين كاتب صحفي بليغ اللغة، فصيح الكلام، فهذا أمر متاح بشرط الإتيان بأمور أهمها: ¹²²

1. الاهتمام الجدي المتصل بمطالعة المعاجم اللغوية الموضوعية لبيان معنى الكلام العربي الأصل في أوضاعه الأصلية، وجذوره وتصاريفه، وبخاصة المعاجم الأصلية كمعجم العين المنسوب للفراهيدي، ومعجم جمهرة اللغة لابن دريد، والصحاح للجوهري، والقاموس المحيط للفيروز آبادي.

2. إدمان مطالعة وتلاوة النصوص والمكتوبات العربية القديمة، التي كتبت في عصور سلامة اللغة، وقبل استعجامها، وبخاصة النصوص التي اعتمدت أساساً للاستشهاد النحوي والصرفي، وعلى رأسها القرآن الكريم، والمرويات الحديثية، وأشعار الجاهليين، وغيرهم من المسلمين المحتج بأشعارهم، وكذا كتابات المشتهرين بالبلاغة والفصاحة والبراءة عن العجمة واللحن، أمثال عبد الحميد الكاتب 132هـ والجاحظ 255هـ وأبي حيان التوحيدي 414هـ فإن في مطالعة كتاباتهم من المتعة الشيء الوفير، ومن المنفعة الجزل الغزير.

وقد كان الجاحظ فوق صواب حين قال : " ليس في الأرض كلام هو أمتع ولا أنفع، ولا أنق ولا ألد في الأسماع، ولا أشد اتصالاً بالعقول السليمة... ولا أجود تقويماً للبيان من طول استماع حديث الأعراب الفصحاء العقلاء، والعلماء البلغاء".

3. الاهتمام بالكتابات الحديثة لمن اشتهر بالاستقامة اللغوية، والبراعة البلاغية، من أضراب مصطفى الرافعي في مجال الأدب، ومحمود شاكر في اللغة، ومحمد

122 خالد إبراهيم المحجوبي، مصدر سبق ذكره.

الغزالي في الدين، والجواهري في الشعر، وشبلي شميل في الاجتماع والطب، وزكي نجيب محمود في الفلسفة.

4. العمل على استثمار أعمال المبدعين المعاصرين من الأدباء والشعراء، لا على المستوى المعجمي اللغوي، إنما على مستوى التقنيات التعبيرية، والتصرفات الإبداعية في الصور والأخيلة، واعتصار اللغة التقليدية، وتفعيلها بتوليد تراكيب مبدعة، وتصاوير طارفة. إن اجتماع هذه الاعتبارات الأربعة في المحرر الصحفي كفيل بخلق كاتب محقق لبلاغة اللغة، ولغة البلاغة، بريء من التكلف، والهجنة، والرتانة، بعيد عن التشدق.

طبيعة الاداء اللغوي البلاغي في الخطاب الاعلامي وانواعه الصحفية

تمثل الانواع الصحفية صيغاً تعبيرية لها بنية داخلية متماسكة ولها طابع الثبات والاستمرارية إذ تعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، وتسعى الى تقديم وتحليل وتفسير الاحداث والظواهر والتطورات، هادفة بذلك الى اصال رسالة محددة للمتلقي، موجهة الى ذهنه ومشاعره، بقصد ايجاد او ترسيخ قناعة محددة لديه، ومن ثم تمكينه من ان يفهم الواقع في ضوء هذه القناعة، ومن ثم دفعه لان يسلك في المجتمع سلوكا يتوافق مع هذه القناعة.¹²³

وبذلك تتمتع هذه الصيغ التعبيرية التي تمثلها الانواع الصحفية بطابع البلاغة الاقناعية، اذ ان لكل نوع صحفي خصائص اقناعية وجمالية مختلفة، كما ان لكل نوع صحفي امكانيات تأثير وايصال مختلفة، فهذه الانواع تهدف بالأساس الى توجيه رسالة الى المتلقي لترسيخ قناعة محددة وتمكينه من فهم الواقع، فضلا عن ان الرسالة الاعلامية التي تحملها الانواع الصحفية الى المتلقي هي رسالة غائية

123 د اديب خصور، مدخل الى الصحافة نظرية وممارسة، ط2، سلسلة (المكتبة الاعلامية) من الباشر،

دمشق، 2000، ص55

وهادفة، ومن ثم فإن النشاط الصحفي نشاط هادف يسعى الى تحقيق اهداف معينة.

ويترتب على حقيقة ان الانواع الصحفية عبارة عن صيغ او اشكال تعبيرية تتمتع بقدر من التماسك والثبات والاستمرارية، حقيقة اخرى تتمثل في وجود بنية داخلية لكل نوع من الانواع الصحفية، وتتوقف هذه البنية الداخلية على العوامل الاتية:¹²⁴

1. موضوع المادة الاعلامية (حدث، ظاهرة، حوار حول مشكلة، طرح قضية وغيرها)
 2. مادة هذا الانتاج الصحفي (وقائع، اراء، ادلة، براهين، وجهات نظر، وصف...الخ).
 3. الاسلوب المستخدم للتأثير على القارئ او المستمع او المشاهد، هل ان المادة موجهة اساسا الى ذهن القارئ بقصد التأثير في افكاره وقناعاته، ام انها موجهة الى مشاعره بقصد التأثير في مشاعره وانفعالاته.
 4. الوسيلة الاعلامية المستخدمة لتقديم هذه المادة.
- وقد ناقش (تيسير ابو عرجة) في تناوله للغة في الخطاب الاعلامي اراء ما سبقوه من الباحثين في هذا الموضوع، اذ يرى (عبد العزيز شرف) أن الصحافة حققت للغة العربية كل ما كان يأمل فيه المجددون من رجال اللغة، وكل ما نادى به الغيورون على هذه اللغة من وجوب تبسيطها، بحيث يفهمها أكبر عدد ممكن من القراء، ومن وجوب تزويدها بالحيوية الكافية حتى لا يضيق بها أحد من القراء، بل من وجوب تطويرها حتى تتسع للتعبير عن كل جديد أو مستحدث في الأدب والعلم والفن جميعاً.

124 د. اديب خضور، مصدر سابق، ص 65.

ولكن كيف تم للصحافة العربية أن تفعل ذلك، وما هي طبيعة الأداء اللغوي والمستويات اللغوية التي قدمتها الصحافة، واتخذتها سبيلاً لمعالجتها التحريرية المقالية والإخبارية، انسجماً مع وظائف الصحافة في الأخبار والتفسير والتحليل والمتابعة اليومية للأحداث. يقول (محمد سيد محمد) إنه إذا كان النقاد العرب قد قسموا النثر إلى ثلاثة أنواع هي النثر العادي، والنثر العلمي، والنثر الفني، فإن أساتذة الصحافة والأدب قد أضافوا نوعاً رابعاً سموه النثر العملي أي النثر الصحفي، وقالوا إن هذا النثر يقف في منتصف الطريق بين النثر الفني أي لغة الأدب وبين النثر العادي أي لغة التخاطب اليومي، له من النثر العادي ألفته وسهولته وشعبيته، وله من الأدب حظه من التفكير، وحظه من عذوبة التعبير، ولعله انطلاقاً من هذا المفهوم للنثر العملي أطلق بعض أساتذة الصحافة على لغة الصحافة بأنها الأدب العاجل.

وكان لابد لصحافتنا العربية كما قال (الدكتور عبد اللطيف حمزة) من صفة "الشعبية" في التعبير، صفة التطور في الكتابة، وإفساح المجال للجديد من الألفاظ والمعاني التي لم يعرفها القدامى، فالصحافة عمل اجتماعي بحث، واللغة التي تستخدم لهذا الغرض مشتقة من الحياة الواقعة التي يحياها الناس في المجتمعات وتوصل بعد عرض ومناقشة آراء الباحثين أن هناك إيجابيات كثيرة تقدمها وسائل الإعلام لجهة نشر اللغة العربية وإثراء مفرداتها بما يستجد يومياً.

كما أن وسائل الإعلام تساهم في التخفيف من الأثقال اللغوية، من خلال اللجوء إلى التعبيرات المباشرة السهلة، وأن هناك دوراً مهماً تقوم به هذه الوسائل في التنمية اللغوية وإثراء المعجم اللغوي.¹²⁵

125 تيسير ابو عرحة، اللغة في الخطاب الاعلامي، المحاضرة الثانية عشرة، مجمع اللغة العربية الاردني، الخميس 21 تشرين الثاني 2013، ص408، www.majma.org.

التعبير البلاغي بين الكتابة الوظيفية والكتابة الإبداعية

هناك فرق واضح بين التعبير البلاغي في الكتابة الوظيفية والتعبير البلاغي في الكتابة الإبداعية من حيث الشكل والمضمون والهدف وطريقة التقديم، لذا يجب أن نميز بين الكتابة الوظيفية الصحفية والكتابة الإبداعية الأدبية، فهناك عوامل مشتركة في النوعين من الكتابة من أهمها الموضوع، أي سواء كانت الكتابة وظيفية أم إبداعية فلا بد لها من موضوع تناقشه، ولكن لكل منهما ما يميزه عن غيره؛ فالكتابة الوظيفية هي التي تخدم هدفا معينا أو وظيفة محددة، وظيفية توصيلية فقط لتوصيل المعلومة للناس، وهي في علم الصحافة أو الإعلام نقل الأخبار للناس والقيام بوظائف وسائل الإعلام الأخرى، كما لها شروطا ومواصفات معينة ينبغي أن تتوفر فيها، وهي تختلف عن الغاية الأدبية التي يسعى الأديب لبيانها فيما يكتب.

فالكتابة الوظيفية (الصحفية) هي كتابة موضوعية وواقعية وتقديرية في وصفها للأحداث، بمعنى أن الناقل لها وهو المندوب أو المراسل الصحفي لا يتدخل فيما يجري من أحداث بذاته ويقول برأيه أن هذا الحدث غير صحيح أو أنه لم يجر أو لو فعلوا كذا لكان كذا أو كان من الممكن لو عقد المؤتمر في فندق أفخم لكانت النتائج أفضل، وهكذا فإن التعبير البلاغي في هذا النوع من الكتابة هو تعبير موضوعي وليس ذاتي أي يعبر عن الموضوع والحدث لا عن رأيه الشخصي بالحدث، لذا يكون هدفه اقناعي ويعتمد على المعنى كما تتميز بأنها آنية أو فورية أو هكذا ينبغي أن تكون بحيث تغطي الحدث ساعة وقوعه، فما فائدة أن نغطي خبرا في عام 2006 عن أحداث وقعت عام 2000، إلا إذا لم تكتشف حتى هذا التاريخ بعض جوانب الخبر، لأن الأخبار تفقد معناها أو قيمتها الخبرية بسرعة، فالأحداث العالمية في تزايد مستمر، فلا تكاد تخلو ساعة من زمن من حدث جديد أو واقعة في أنحاء العالم، مما يتطلب من وسائل الإعلام أن تغطيها

فور وقوعها، وغالبا ما تنتهي الكتابة الوظيفية بانتهاء الغاية الموضوعية لأجلها أي نشر الخبر، فالأخبار هي أكثر شيء معرض للتلف في عصر التكنولوجيا والتطور الهائل في صناعة الإعلام الحديثة وفي عصر الانترنت الذي مكن عامة الناس معرفة ما يجري في حينه، بل وأصبح بمقدور عامة الناس أن يقوموا بمهمة الصحفي إلى حد ما.¹²⁶ أما الكتابة الإبداعية فقد تكون هي هدفا بحد ذاتها أي أن الكاتب يكتب لأجل الكتابة والإبداع والتصوير الفني الأدبي لما يكتب، مستخدما كل المحسنات لإبراز ما يريد وليس شرطاً أن تكون الكتابة الإبداعية موضوعية لأنها في العادة تبرز شخصية الكاتب فيما يكتب من نصوص أو لوحات فنية روايات قصائد، فالكاتب في حالة الكتابة الإبداعية يطلق لخياله العنان فيصور أشياء غير موجودة على أرض الواقع وأحيانا تكون الأشياء التي يصورها غير قابلة للوجود لأنها مستوحاة من الخيال، أي إنها مبالغ فيها إلى حد كبير، ولا يعني الخيال توهم أشياء غير موجودة ولكنها الطاقة والقدرة الخلاقة التي يتمتع بها الكاتب عن غيره، والقدرة على توليف العلاقات بين الأشياء التي لا يمكن لغير المبدعين فعله، بينما يقوم الكاتب الوظيفي بمطابقة حدث أو حالة خارجية مع النص الذي كتب، ولا تستخدم المحسنات البديعية والبلاغية إلا في حدود ضيقة.

ومهما تكن نوعية الكتابة (وظيفية أم إبداعية)، وأيا كان الهدف منها فإنها يجب أن لا تخلو من صفات ثلاث لكي يمكن أن يقال عنها بأنها كتابة جيدة؛ وهذه الصفات هي: التكامل والإحكام والإحساس بالموضوع، فالتكامل يعني أن تكون جميع عناصر الكتابة موجودة ومتكاملة بطريقة متناغمة بحيث يعبر العنوان عن المضمون وتنسجم المقدمة مع جسم النص من حيث التقديم له وحتى من حيث

126 د علي منعم القصا، كتابة متقدمة للأخبار والتقارير الصحفية، موقع رورنامة واني، 12 نيسان 2015.

الحجم بطريقة منطقية ومقبولة وأن يشرح جسم الموضوع ما يريد الكاتب قوله بوضوح ومنطقية وانسجام بحيث تكون الفقرات متناغمة والموضوعات أو الأفكار غير متنافرة فيما بينها أي أن يكون هناك وحدة للموضوع، دونما إفراط أو تفريط حسب نوعية الكتابة سواء كانت وظيفية أم إبداعية، حتى يصل إلى الخاتمة التي تلخص ما كتب الكاتب في موضوعه. أما الإحكام فيقصد به إعطاء كل جانب أو جزء في العمل ما يستحق من معالحة؛ بمعنى أن هناك أفكار رئيسية يجب أن تشرح بالتفصيل وتأخذ حقها الكامل في الشرح والتوضيح وسوق الأمثلة الضرورية، أما الأفكار الثانوية والتي تخدم الفكرة العامة فلا حاجة لأن يتم الإسهاب في بيانها وتفصيلها على حساب الموضوع الأساس، ويقصد بالإحساس بالموضوع المعاشة الصادقة لموضوع الكتابة ومعرفة مفرداته أحيانا من خلال التعايش مع الحدث¹²⁷!

وعند النظر إلى ما تتمتع به الكتابة الصحفية من صفات نجد أن هذه الصفات هي نفسها عند الكتابة الوظيفية لذا سميت الكتابة الصحفية بالكتابة الوظيفية، ومن هذه الميزات أنها كتابة مباشرة وصريحة، الفاظها محددة وقاطعة، عباراتها لا تحتل التأويل، أسلوبها غالبا علمي خالي من العبارات الموحية، لها قوالب لغوية محددة ومنضبطة لا تخرج عنها¹²⁸.

بينما تتميز الكتابة الإبداعية بالابتكار لا التقليد، وتألّف لا تكرار، تختلف من شخص لآخر حسبما يتوفر لكل منها من مهارات خاصة وخبرات سابقة

127 د. علي منعم القضاة، مصدر سبق ذكره.

128 د. محمد رجب فصل الله، عمليات الكتابة الوظيفية وتطبيقاتها تعليمها وتقويمها، ط2، عالم الكتب : القاهرة، 2008، ص62 - 63.

وقدرات لغوية ومواهب أدبية، وهي تبدأ فطرية ثم تنمو بالتدريب وكثرة الاطلاع¹²⁹. وفي التعبير البلاغي للكتابة الوظيفية الصحفية يحاول اغلب القائمين بالاتصال ان يدعموا تأثير رسائلهم الاقناعية بتقديم ادلة او عبارات تتضمن اما معلومات واقعية او آراء تنسب الى مصادر اخرى غير القائم بالاتصال، اذ تشير بعض الدراسات الى ان تقديم الشواهد والادلة تزيد تأثير الرسالة، في حين وجدت دراسات اخرى ان الرسائل التي تستخدم شواهد وادلة لا تختلف في قدرتها الاقناعية عن الرسائل الاخرى التي لا تقدم شواهد وادلة، فاستخدام الادلة والشواهد يزيد من مقدرة المصادر التي - درجة تصديقها منخفض - على الاقناع ولكنها لا تؤثر على قدرة المصادر العالية التصديق على الاقناع، فحينما يكون تصديق المتلقي للمصدر ضعيفا او معتدلا، فان تقديم ادلة سوف يساعد على التغيير الذي سيحدث للاتجاه مباشرة بعد التعرض، بشرط ان يحسن تقديم الرسالة وتكون تلك الرسالة جديدة على الجمهور، فالادلة المستخدمة استخداما جيدا قد تحقق تغييرا دائما في الاتجاه بصرف النظر عن التصديق المبدئي للقائم بالاتصال او نوعية تقديمه للرسالة، بينما التقديم الضعيف للادلة يضعف او يقلل من وقعها في تغيير الاتجاه بعد التعرض مباشرة او يحى وقعها على زيادة تصديق المصدر¹³⁰.

وهنا يبرز دور التعبير البليغ وطريقته في تحقيق مستوى جيد من الاقناع في الرسالة الصحفية، فاذا احسن هذا التعبير في تقديم الادلة والشواهد في الرسالة الصحفية بصورة جيدة كان مستوى الاقناع عاليا وكان التأثير في المتلقي اكثر قوة، بينما اذا كان التعبير ضعيفا او منخفضا كان الاقناع ضعيفا.

129 د. محمد رجب فضل الله، مصدر سابق، ص 64.

130 د. جيهان احمد رشتي، مصدر سابق، ص 488 - 489.

وبهذا الصدد يشير د. سعيد حسن بحيري الى ان كل شكل لغوي يحقق جذبا للانتباه ولكن الشكل الادبي يتجاوز البعد التعبيري الى البعد التأثري، وكان بالي اقرب الى هذا التصوير اذ ان مفهوم الاسلوب عنده يتمثل في مجموعة من عناصر اللغة المؤثرة عاطفيا على المستمع او القارئ، وان مهمة علم الاسلوب هي البحث عن القيمة التأثيرية لعناصر اللغة المنظمة المؤثرة والفعالية المتبادلة بين العناصر التعبيرية التي تتلاقى لتشكيل نظام الوسائل اللغوية المعبرة ؛ فاللغة بالنسبة له هي مجموعة من الوسائل التعبيرية المعاصرة للفكر، وبوسع المتحدث ان يكشف عن افكاره بشكل عقلي موضوعي يتوافق مع الواقع - بأكبر قدر ممكن - الا انه كثيرا ما يختار اضافة عناصر تأثيرية تعكس جزئيا ذاته من ناحية، والقوى الاجتماعية المرتبطة بها من ناحية ثانية، أي ان علم الاسلوب يدرس هذه العناصر التعبيرية من وجهة نظر محتواها التأثري.¹³¹

وفي الرسالة الصحفية فان التعبير البلاغي فيها يجمع بين البعد التعبيري والبعد التأثري، فهناك اكثر من نوع صحفي، ولكل نوع بعدا تعبيرا وتأثيريا يتلاءم مع اهدافه واغراضه، فالخبر الصحفي مثلا يقتزن بالبعد التعبيري المقترن بالإجابة عن الاسئلة الستة، بينما تقتزن مواد الرأي الاخرى المتمثلة بالمقال والتحقيق والحديث الصحفي بالبعد التأثري الى جانب البعد التعبيري لأنها تقدم في الخاتمة خلاصة بالآراء والمعالجات.

ثالثا : درجة الصفر البلاغي

هل تخلو اللغة في مستواها التداولي من الصور الجمالية؟ بالطبع لا، ولكن تلك الصور لا تقال لذاتها في الحياة العملية، ومن ثم يبرز أماننا سؤال يتمثل في: أين هي درجة الصفر البلاغي في اللغة؟ ربما نجد هذا الأمر يتحقق فقط حين تخصص

131 د سعيد حسن بحيري، دراسات لغوية تطبيقية في العلاقة بين البنية والدلالة، مكتبة الاداب، القاهرة،

اللغة بعد إعادة تعريفها، فرجما كانت حالة اللغة المعادة التعريف، والتي تستخدم في العلوم الإنسانية مثل المحاماة هي تعبير عن اللغة في درجة الصفر البلاغي، كما هي حالة اللغة حين تظهر باعتبارها مخصصة للاستخدام في إثبات الخوارزميات الرياضية والعلوم البحتة، فإذا قال المحامي: (حقوق الارتفاق)، لا يمكن أن تعود للقاموس لتعرف معنى الارتفاق، ذلك لأنه ببساطة يستعمل لغة معادة التعريف، وإن أردت معرفة المعنى المحدد عليك باستخدام قاموس للقانون.¹³²

لقد وجد عدد من الباحثين في المستوى اللغوي العادي أو ما أطلق عليه (اللغة المحايدة) أو الحيادية معيارا مقبولا؛ إذ يوصف تركيب ما مثلا بأنه احادي الدلالة، وموجود في اللغة العلمية، بمعنى أنه مباشر، ولا يمكن تحديده تحديدا غير سليم، ويستخدم هذا المعيار لقياس الانحرافات الشعرية، ويطلق عليه (درجة الصفر البلاغي)، ويذهب صلاح فضل الى ان حل اشكالية الصفر البلاغي تتمثل في اختيار مطلق يتم الارتكاز عليه لا يتعلق بدرجة صفر مطلقة وانما بدرجة صفر نسبية، أي استخدامات اللغة باقل نسبة موسومة من المنظور البلاغي؛ أي باقل درجة من المجاز، وهذا المستوى اللغوي موجود فعلا في اللغة العلمية.¹³³

ويذهب في ختام هذا الحل الى القول بأن درجة الصفر البلاغي هذه افتراضية في اللغة وليس لها وجود فعلي في غالب الاحيان، أو لنقل انه لا وجود لدرجة الصفر المطلقة، وان كانت تتحقق بشكل ما في بعض انواع الخطاب وفي سياقات مصطنعة وعقيمة.¹³⁴

132 جعفر حسن، في المعنى الادبي، مجلة ديوان العرب، 7 - 6 - 2007.

133 د سعيد حسن بحيري، دراسات لغوية تطبيقية في العلاقة بين السنيه والدلالة، مكتبة الآداب، القاهرة، 2005، ص 62

134 المصدر نفسه، ص 63

وقد حلل د. جمال حضري الكلام الشعري، والنثر العلمي عند جون كوهن، ووجد أن درجة الصفر البلاغية عنده نسبية، والمعيار هو كلام أقل وسما بلاغيا، وهو الكلام العلمي¹³⁵، وهذه الفرضية يرى ريكور أن لها مزايا عديدة:¹³⁶

الاولى : أن الانزياح له شكل نحوي وشكل دلالي، فلكي يكون انزياح يجب أن يكون هناك معنى واحد عندما توجد دلالات مختلفة.

الثانية : أن تحديد الكلام العلمي كمستوى محايد بلاغيا يمكن من الاقتراب منه. الثالثة : أن تبني هذا المستوى يسمح بالقياس الكمي للانزياح وإدخال الإحصاء إلى البلاغة، وهذا الإحصاء يمكن أن يمتد إلى "الأشعار" بعضها بالنسبة إلى بعض.

ومع أن مشكلة المستوى المعيار تم تحييده ولم يحل - كما يرى ريكور - فإن الكلام العلمي الذي يؤول إلى درجة صفر بلاغيا كما يقترح كوهن هو أفضل عتبة في الكتابة عنده، كما ينقل ريكور عن كوهن اعتباره للقابلية للترجمة معيارا فارقا للنثر عن الشعر¹³⁷، فالنثر المطلق هو المحتوى (المفارق للتعبير) أو الدلالة التي تحقق التعادل بين لغة الوصول (الحقيقي) ولغة الانطلاق (الافتراض)، فدرجة الصفر هي الدلالة المحددة بماهية المعلومة¹³⁸، ولكن الترجمة المطلقة هي نفسها حد مثالي¹³⁹.

ودرجة الصفر هي "خطاب أعيد إلى معالمة الجوهريّة" و الانزياح هو اختراق محسوس لدرجة الصفر"، وهنا يكون تقليص الانزياح هو الذي يصنع الخرق

135 د جمال حضري، الاسلوبية النصية من خلال مفهوم الانزياح، جامعة ام القرى، بحث منشور على موقع الجامعة الالكترونية، Uqu.edu.sa/page/ar/146514، تاريخ زيارة الموقع 12 11 2014.

136 Ibid p.180

137 Jean cohen, structure du langage poetique , p.35

138 Paul Riccoeur, L a metaphore vive , p.181

139 Ibid p.181

الدال المحسوس ومن ثم يكون أهم من الانزياح، أما درجة الصفر المطلقة فيثبتها التحليل المعلمي وتعين إذًا خارج الكلام، وأما ما يلاحظ في الخطاب فهو درجة صفر تطبيقية التي تمثلها المعالم الحافة والتي تغلف المعالم الجوهرية، وبوصول التحليل إليها تتحدد درجة الصفر المطلقة للخطاب، لكن لا يمكن في رأي ريكور استبدال مستوى مظهر الخطاب بمستوى تحت لغوي، فيجب أن تحدد درجة الصفر البلاغية داخل الكلام نفسه فهو الذي يبين الخرق المحسوس.¹⁴⁰

ويتطلب تحديد درجات التعبير البلاغي في الخطاب الاعلامي، معرفة مدى وجود الصفر البلاغي في الخطاب الصحفي، فالخطاب الصحفي ينتمي الى نوع رابع من انواع النثر اضافته اساتذة الصحافة والادب الى انواع النثر التقليدية (العادي، العلمي، الفني) هو النثر العملي او الصحفي¹⁴¹، وهذا النوع يتطلب تصاعدا بلاغيا عند التعبير عن أي فكرة او موضوع يتناوله سواء كان اجتماعيا او ثقافيا وحتى علميا على الرغم من اقرار الباحثين بوجود درجة الصفر البلاغي في الخطاب العلمي، ولكن عندما يستخدم المحرر الصحفي حقائق علمية لغرض توصيلها لجمهوره فان عليه ان يقوم بترتيب الكلمات والعبارات داخل الرسالة الاعلامية اما تصاعديا او تنازليا لغرض اقناع الملتقي وتحقيق الاتصال الفعال، مما يعني عدم وجود درجة الصفر البلاغي في الرسالة الصحفية سواء كانت هذه الدرجة نسبية او مطلقة¹⁴²، وقد يعجز بعض الخبراء المتخصصين

140 د. جمال حضري، مصدر سبق ذكره.

141 د فاروق ابو زيد، و د ليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مركز جامعة القاهرة، التعليم المفتوح، 2000، ص8

142 د اكرم فرج الربيعي، التصاعد البلاغي في اللغة العربية وعلاقته بتحرير الرسالة الاعلامية، دراسة في بناء نموذج اعلامي للتدرج البلاغي، بحث قدم الى الملتقى العلمي العالمي التاسع للغة العربية في اندونيسيا للمدة من 27 و 28 و 29 \ 8 \ 2015، كتاب المؤتمر، مجموعة بحوث اللغة العربية أساس الثقافة الانسانية، ج2، ص978،

عن إفهام الجمهور العادي أن أنفلونزا الطيور مثلا لا تنتقل بعد السلق أو الشوي، بينما ينجح المحررون الصحفيون في النزول إلى مستوى المتلقي وتبسيط المعلومات المعقدة، فالقاعدة تقول: لا يكفي أن تعرف موضوعك بل المهم أيضا أن تكون قادرا على نقله في شكل مفهوم ومبسط¹⁴³.

فهذا الموضوع يندرج ضمن الخطاب العلمي الذي تتواجد فيه درجة الصفر البلاغي ولكن عندما يتم تناوله صحفيا فإن هذه الدرجة تصبح معدومة، لأن المحرر الصحفي سوف يستخدم بلاغة التعبير اما تصاعديا او تنازليا لتوصيل الفكرة للمتلقين.

143 د عاطف عدلي العبد، و د بهي عاطف العبد : نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي،

الفصل الثاني

السلم الحجاجي في قوالب تحرير الانواع الصحفية

أولاً : علاقة الحجاج وسلمه بالرسالة الصحفية

قبل تحديد العلاقة بين الحجاج والرسالة الصحفية ينبغي ان نحدد ماهية الحجاج اذ يعد الحجاج اسلوباً تنظيمياً في عرض الحجج (الحقائق) وبناءها وتوجيهها نحو هدف معين يكون عادة الاقناع والتأثير غايته، فتكون الحجة في سياق هذا الغرض بمثابة الدليل على الصحة او الدحض.¹⁴⁴

ويندرج الحجاج ضمن ما تطلق عليه علوم الاتصال بالسلوك او الموقف الخارجي الذي يهتم بكل ما يتعلق بطريقة اصال الرسائل وفهم دلالاتها الاجتماعية في السياقات التي ترد فيها¹⁴⁵ ، وبذلك يمكن تعريف الحجاج بأنه عملية اتصالية دعامتها الحجة المنطقية لإقناع الآخرين والتأثير فيهم، فهو جنس متميز من انواع الخطاب يعرض فيه المرسل دعواه مدعماً بالتبريرات بغية اقناع المتلقي والتأثير في موقفه او سلوكه او استمالته نحو المسألة المعروضة عليه، كأن يلجأ المرسل الى دعم رأيه بأدوات اقناع علمية تجعل الطرف الاخر يتجاوب معه ويتقبل حجته.¹⁴⁶

فالحجاج كما يصفه (باتريك شارودو) هو حاصل نصي من مكونات مختلفة تتعلق بمقام ذي هدف اقناعي¹⁴⁷ ، لذلك اطلق الباحث البلجيكي بيرمان مصطلح البلاغة الجديدة على دراسة الحجاج.

144 عدنان بن ذريل، في البلاغة الجديدة، دمشق، 2004، ص2.

145 Philippe Breton L, argumentation dans La communication 3eme ed Repares ,p 7

146 د بلقاسم دفة، استراتيجية الخطاب الحجاجي..دراسة تداولية في الارشالية الاشهارية العربية، مجلة المخبر، العدد العاشر، الجزائر، 2014، ص497.

147 باتريك شارودو، الحجاج بين النظرية والاسلوب، عن كتاب نحو المعنى والمسى، ترجمة : احمد الود، دار الكتاب الجديد، 2009، ص16.

فالنظرية الحجاجية تعول على البلاغة إلى حد اعتبارها حجاجا بحد ذاته أو يمكن القول بأن وراء كل حجاج بلاغة والعكس صحيح، لأن مدار ذلك هو الاغراء والاستغواء قصد الإقناع والامتاع.¹⁴⁸

ويوصف الحجاج بأنه أبرز آلية لغوية يستخدمها المرسل للإقناع، وينبني فعل الإقناع بصفة دائمة على افتراضات سابقة بشأن عناصر السياق خصوصا المرسل إليه، والخطابات السابقة والخطابات المتوقعة.¹⁴⁹

وعليه فأن لا خطاب بغير حجاج¹⁵⁰، فالحجاج شرط في ذلك، لأن من شروط التداول اللغوي الإقناع¹⁵¹، والإقناع هو عملية خطابية يتوخى بها الخطيب تسخير المخاطب لفعل أو ترك بتوجيهه إلى اعتقاد قول يعده كل منهما (أو يعده الخطيب) شرطا كافيا ومقبولا للفعل أو الترك.¹⁵²

والحجاج فعالية تداولية جدلية، فهو تداولي لأن طابعه الفكري مقامي واجتماعي، إذ يأخذ بعين الاعتبار مقتضيات الحال من معارف مشتركة ومطالب إخبارية وتوجهات ظرفية، ويهدف إلى الاشتراك جماعيا في إنشاء موجّها بقدر

148 الشير عزوزي، حجاجية الاستعارة في الشعر العربي ديوان المتنبّي انمودجا، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، الجزائر، 2014، ص19.

149 عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، 2004، ص444.

150 طه عبد الرحمن، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، بيروت، الدار البيضاء، 1998، ص213.

151 عبد الهادي بن ظافر الشهري، مصدر سابق، ص446.

152 المصدر السابق نفسه ؛ ص451، نقلا عن: البقاري حم، حول التقنين الأرسطي لطرق الإقناع ومسالكة، مفهوم "الموضع" محلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بفاس، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، ع9، 1987، ص87-115.

الحاجة، وهو أيضا جدلي لأن هدفه إقناعي قائم بلوغه على التزام صور استدلالية أوسع وأغنى من البنيات البرهانية الضيقة.¹⁵³

ويتفق مع هذا التعريف (دومينيك مانغونو) اذ يرى ان التداولية تشدد على ان سلوك الافراد ازاء الخطاب مرهون بحجة صاحبه أي المتلفظ به وكذا على المشروعية المرتبطة بالمنزلة المعترف بها له، فما يدعى بـ (التفكير بالحجة) هو تحديداً التفكير اذ تتأق قيمة الجملة من حجة صاحبها : (ننطلق من كون س قد قال بأن ب)، ونعول على كون س (الذي هو ليس بعبيط) له من الاسباب ما لا يجعله يقع في الخطأ جراء ما قال، ونخلص في الاخير الى صدق او معقولية وبشكل اوسع ينظر محلل الخطاب في الشروط التي تجعل الخطاب ذو حجة، أي الإبانة عن السياق الذي يجعل الخطاب مشروعاً وفعالاً : أي منزلة المشاركين في التخاطب وطبيعة الاطار المكاني والزماني اذ يؤديان دوراً أساسياً في عملية التخاطب.¹⁵⁴

وهناك من يعرف الحجاج بأنه ممارسة كلامية على وجه التحديد بين طرفين او اكثر لنقل قول او رأي او خبر، له بواعث في كلا الطرفين، فهناك قصد من وراء الحجاج يتوخاه المتكلم هو الإقناع.¹⁵⁵

وعليه يعد الحجاج من اهم النظريات التي تهتم بها التداولية، الى جانب نظرية التللفظ وافعال الكلام، فهو يركز اساساً على دراسة الطريقة والاسلوب التي

153 طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتحديد علم الكلام، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت، الدار البيضاء، 2000، ص65.

154 دومينيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة : محمد يحياتن، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2008، ص12 - 13.

155 خالد اسماعيل صاحب، الطرائق الحجاجية النحوية في الخطابة السياسية، مجلة كلية التربية للعلوم الانسانية، جامعة ذي قار، المجلد (5)، العدد (1)، آذار 2015، ص152.

يتبنّاها المرسل منتج الرسالة للتغيير من معتقدات المتلقي واقناعه بالموضوع المراد إيصاله إليه، كالإشارات والعبارات والحجج.¹⁵⁶

وانطلقت نظرية الحجاج في اللغة من فكرة أننا نتكلم بقصد التأثير¹⁵⁷، لذلك كانت هذه النظرية لسانية تهتم بالوسائل اللغوية وبإمكانات اللغات الطبيعية التي يتوفر عليها المتكلم وذلك بقصد توجيه خطابه.¹⁵⁸

وتتسم الحجج اللغوية بأنها سياقية، بمعنى أن السياق هو الذي يمنح العنصر الدلالي الحجاجية بالإضافة إلى كونها نسبية فلكل حجة قوة معينة، ثم هي قابلة للإبطال؛ لأن الحجاج اللغوي مرّن وتدرجي بخلاف البرهان المنطقي والرياضي.¹⁵⁹

وفي المعنى اللغوي ورد في ابن منظور أن الكلام والخطاب والحجاج، أسماء مختلفة لمسمى واحد، هو (الحقيقة النطقية الإنسانية)، فالكلام والخطاب والتكلم والتخاطب والنطق واحد في حقيقة اللغة، وهو ما به يصير الحي متكلماً.¹⁶⁰

فالحجاج والمحااجة مصدران لفعل حاجج، وجاء في لسان العرب: حجج: الحج: القصد، وحجّه يحجه حجا: قصده. والحجة: البرهان، وقيل: الحجة ما دفع به

156 نعيمة يعمراس، الحجاج في كتاب المثل السائر (لابن الاثير)، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، قسم الادب العربي، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 3 4 - 2012، ص5.

157 د. ابو بكر العزاوي، الحجاج واللغة، مطبعة الاحمدية، الدار البيضاء، 2006، ص8.

158 خالد اسماعيل صاحب، مصدر سابق، ص155.

159 د خالد بن محمد الحديج، الماويل الحجاجية وتخصيص الدرس النقدي، الجزيرة الثقافية، العدد : 318، الخميس 28 شوال 1431 هـ

160 ينظر الى كل مرّن ابن منظور، اللسان، مادة (حج)، ص235؛ الجويني، الكافية في الجدل، ص32.

الخصم¹⁶¹، ويقال حاجه محاجة وحجاجا أي نازعته، وحجه يحجه حجا: غلبه على حجته¹⁶².

والملاحظ من خلال هذه التعريفات أن الحجاج يختص بالدلالة أساسا على معنيين وهما: معنى القصد، ومعنى الإقناع عن طريق الجدل والتخاصم الفكري.

وإذا قارنا دلالة الحجاج في اللغة العربية بدلالاتها في لغة أجنبية كالفرنسية، فإن معنى Argumentation في اللغة الفرنسية التي تقابل معنى الحجاج لا تختلف من حيث الجوهر عن معناها في العربية، إذ إن لفظة Argument تحيلنا في القاموس الفرنسي (روبر) إلى معنى الاعتراض أو طرح موقف مصاحب بحجج تؤيد وجهة النظر.⁶³

ويعرف ميشال ماير الحجاج بأنه جهد إقناعي، متجسد في كل لغة من حيث إن الخطاب يستهدف إقناع من يتوجه إليه، ويعني أن الحجاج خاصة للخطاب، من حيث إن المخاطب يستهدف من خلاله إقناع المستمع بوجهة نظر معينة وإفحامه بها، قد تؤثر فيه قصد فعل أمر ما أو تركه⁶⁴.

ويقوم الحجاج عند بلنجر على سلسلة من الحجج المترابطة، وأحيانا على زخم من الحجج المتواكبة يغيب معها المنهج البين، وتروم جميعها استمالة الآخر

161 الكليات، أبو البقاء الكفوي، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1993، ص 406.

162 لسان العرب، مادة حجج، ج 2/ 778. دار المعارف، القاهرة، د.ت.

163 Le grand Robert. Dictionnaire de la langue française. P 535. T. 1. Paris 1989

164 Meyer Michel logique langageet argumentationp136 hachette université 2émé édition paris 1982

للقبول، بل الاعتقاد بصواب ما يذهب إليه المحاج ونفعيته، وذلك على خلاف ما يراه خصمه¹⁶⁵

وفي ضوء ما تقدم نجد ان التعبير اللغوي البلاغي هو ما يقوم عليه الحجاج، فالحجاج عمل لغوي برهاني يندرج ضمن فضاءات التعبير عن الذات والحوار مع الغير، ويتيح المجال للتباري بالأفكار والآراء، ويقتضي من المتكلم لزوم نهج في الاجابة ونظام في التفكير ورصف الحجج على نحو يضمن الفهم ويحقق الافهام ويستميل القلوب والعقول على السواء.¹⁶⁶

فهو باختصار فن الإقناع الذي يتأسس على تقديم الحجج والادلة المؤدية الى نتيجة معينة¹⁶⁷، وذلك بالاعتماد على الاقوال اللغوية وعلى تسلسلها واشتغالها داخل الخطاب على نحو مخصص ينبني على استخدام العلل قصد تأييد وجهة نظر ما¹⁶⁸.

ومن هنا فإن الحجاج يعني ترتيب الحقائق في الرسالة الاعلامية فهو فاعلية خطابية تستهدف الإفهام والإقناع وهما ان الحجاج يتضمن انواع الخطاب كلها وهدفه الإقناع واثارة الرغبة ضمن العلاقة بين الانساق الصريحة والضمنية، فإنه من المؤكد والطبيعي ان يكون الخطاب الاعلامي بمختلف انواعه الصحفية (الخبر او التقرير او التحقيق او المقال او الحديث الصحفي) ضمن هذه الانواع

165 Jean elaner dans technique et pratique de l'argumentation (voir argumentation Reneé et Jean sumanet p 19. les editeurs d'organisation paris 1990

166 ابور الجمعاوي، استراتيجيات الحجاج في المفاطرة السياسية، مناظرة التافس على الرئاسة بين نيكولا ساركوزي وفرانسوا هولاند، سلسلة دراسات، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات، الدوحة - قطر، مايو 2013، ص8

167 د. ابو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، الدار البيضاء، العمدة في الطبع، 2006، ص16.

168 المصدر نفسه، ص17.

من الخطاب الحجاجي لاستناده على ابراز وعرض الحقائق في خطابه بقصد الاقناع وتحقيق التفاعل الاتصالي مع جمهوره المتلقي.

وعليه ينطبق الحجاج على الانواع الصحفية كلها، فأى نوع صحفي يتطلب عند الشروع بكتابته ان يخضع للاعتبارات الآتية :

1. ان يسلك المحرر الصحفي نهجا واضحا في الاجابة : وهذا يعني ضرورة الاجابة عن الاسئلة الستة في الخبر، والتركيز بالإجابة عن السؤال (لماذا) في الانواع الصحفية الاخرى التي تعبر عن رأي بشرط ان لا تكون عشوائية وانما ضمن نهج واضح وخطة للتحليل الصحفي تلبي الغايات الاتصالية للرسالة الصحفية.

2. ان تكون عملية تحرير الانواع الصحفية خاضعة الى نظام في التفكير : فقبل الشروع في كتابة أي نوع من الانواع الصحفية لابد من تحديد الفكرة ومن ثم جمع المعلومات اللازمة للتعبير عنها، وهذا يتطلب نظام شامل للتفكير يأخذ بنظر الاعتبار كل المتغيرات وما يتصل بها عند التعبير عن محتوى الموضوع.

3. رصف الحجج وترتيبها : وهذا الاعتبار يعد الاهم في قوالب تحرير الخبر او التقرير او التحقيق او المقال او الحديث الصحفي، لان عملية ترتيب الحقائق والحجج عند كتابة أي نوع من الانواع الصحفية تؤدي الى تحقيق الافهام والاقناع بدرجة كبيرة.

فالوظيفة الحجاجية للسرد في الانواع الصحفية تكمن في ان المقطع السردى هو في الحقيقة ذو ماهية حجاجية، فالأسلوب او القالب اللغوي والمقطعي الذي تنتظم فيه القضايا من تقديم وتعقد للأحداث ومن فك للالامزة هو اصلا موضوع لخدمة الغاية الحجاجية للنص الصحفي وبخاصة اذا تعلق الامر بالمقال الافتتاحي، ولكن اثبت تحليل عدد من المقالات الصحفية ان المقطع السردى قد يتغير في شكله على الرغم من حفاظه على ماهيته ؛ بمعنى انه لن يظهر دوما

بالأسلوب الشكلي، أو في بعض الأحيان يعتمد الصحافي ترك الازمة على حالها دون ان نلاحظ فكا لهذه الازمة، مما يضيف على المقال طابعا دراميا مستمرا ينعكس على البعد الحجاجي بالمعنى العاطفي لهذه الكلمة.¹⁶⁹

وقد حاول الدكتور ابو بكر العزاوي التمييز بين المعنى الحجاجي والمعنى الاخباري بعد ان خصص عدد من اللغويون بحوثا ودراسات عدة عن المعنى وحاولوا تحديد طبيعته ومجاليه، وطرحوا امثلة عديدة في هذا السياق من قبيل، ما هو المعنى ؟ وماهي طبيعته ؟ وما مجاليه ؟ وهل هناك نمط واحد من المعنى ام هناك انماط عديدة ؟ وما خصائص كل نمط، وتوصلوا الى التمييز بين انماط عديدة من المعنى الظاهر نذكر منها المعنى الحرفي والبنوي والمعجمي والمحتوى الاخباري الاعلامي، وما يهمنا في هذا الكتاب هو المحتوى الاعلامي الاخباري لارتباطه بالأنواع الصحفية جميعها، فالإخبار هي الوظيفة الرئيسة للغة التي يتفق على اهميتها العديد من اللغويين والفلاسفة والمناطق منذ افلاطون وحتى النماذج اللسانية المعاصرة، اذ كانت اللغة في نظرهم مجرد شفرة او نظام من الرموز، وكانوا يرون ان الجانب الاخباري الوصفي من المعنى هو الاساسي وان المعاني الاخرى ثانوية وهامشية¹⁷⁰.

ويرى احد الباحثين ان هناك محاولات عدة جرت منذ القدم للتقليل من اهمية المكون الاخباري في المعنى منها النظرية الحجاجية او ما يمكن تسميته بالدلالات غير الاعلامية وغير الاخبارية التي تعد المحتوى الاخباري او المضمون الوقائعي ثانويا بالقياس الى المكونات الدلالية الاخرى، ويمكن ان نذكر من بين ممثليه

169 ينظر الى كل من : الاسس الحجاجية للمقال الافتتاحي، منشور على الرابط :

https://Omar Belkheir.wordpress.com · Albertp. (sous la dir) (1989) · Lexique de la presse ecrite , Dalloz , paris, p37

170 د ابو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، مؤسسة الرحاب الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت

لبنان، 2009، ص 43 - 44

(البلاغة العربية القديمة، اللسانيات الديكارتية، الانحاء التقليدية الاوربية، فلسفة اللغة عند اوستين، نظرية الافعال اللغوية... الخ).¹⁷¹

واذا كانت النظرية الحجاجية تعد المكونات والظواهر الحجاجية اساسية وجوهرية، فان هذا يستلزم انها تنظر الى القيمة الاخبارية للقول (أي ما يقوله عن العالم)، اذ ترفض نظرية الحجاج التمييز بين معنى القول والقيمة القولية أي بين الدلالة والتداول، وترى ان معنى القول لا يمكن وصفه بتاتا في استقلال عن المقام والوظيفة القولية، وبتعبير اخر فان التداول او المقام مؤشر له في كل اجزاء المعنى، فهناك اقوال لا يمكن ان نستنتج قيمتها الحجاجية انطلاقا من محتواها الاخباري، فلنفرض ان (ق) قضية لها طابع اثباتي و (ح) الحدث او الواقعة الموصوفة داخل (ق)، فأن التأليف بين (ق) و (رها) ؛ (أي رها ق) يسمح من وجهة نظر اخبارية اعلامية بالإمكانيتين (ح) و (لا - ح)، وهناك اقوال ليس لها قيمة اخبارية وصفية ومع ذلك لها قيمة حجاجية، ومن هذا النمط الاقوال الاستفهامية التي هي من قبيل (هل)، ويمكن ان نبين ذلك في المعادلة الآتية :¹⁷²

ق = ح

رهما ق = ح او لا - ح

والفرق بينهما ان (ق) قضية تتضمن واقعة او حدثا بالفعل، في حين ان (رها ق) قضية تتضمن واقعة قد تحصل او لا تحصل.

وفي كل الاحوال فأن الاقوال المستخدمة في تحرير الانواع الصحفية تحمل المعنيين الاخباري الاعلامي والحجاجي ؛ لأنها لا يمكن ان تعبر عن الحدث او الواقعة بدون ذكر الحجج والحقائق ووصفها وترتيبها وخاصة في تحرير الخبر الصحفي

171 د. ابو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، مصدر سابق، ص44.

172 المصدر السابق نفسه، ص50 - 51

من خلال الإجابة عن الأسئلة الستة في الخبر، أو الأسئلة الأخرى التي يجب أن تجيب عنها مواد الرأي الصحفية كالمقال والحديث الصحفي أو التحقيق الصحفي والتي تجيب عن السؤال (لماذا)، فالأقوال المعبرة عن إجابة هذا السؤال تتطلب معنى اخباري اعلامي، ومعنى حجاجي في الوقت نفسه لتحقيق الاقناع والافهام عند المتلقي، وهي وظيفة الصحافة ورسالتها الاعلامية.

ان دراسة الاتصال لا تكون ذات معنى اذا بحث بعدها شكلا منفصلا عن اشكال الاتصال غير اللفظي، لذا تبرز اهمية النظر الى استعمال اللغة في سياقها الاجتماعي بعده شيئا اكثر واقعية من محاولة فصلها عن سياقها العام للتواصل الانساني، ولهذا فأن منهجهما اكد تحليل المحادثات، وبذلك يركز تحليل التخاطب في بعض الاحيان في علم البلاغة من خلال النظر فيما يجري من محادثات وتقصي نماذج واشكال الكلام والمفردات التي تخبرنا بما حدث.¹⁷³

فالطرائق التي يصوغ بها الناس احاديثهم تعكس بعض المؤشرات عن الفرضيات الاجتماعية التي تقف وراء ما يقولونه، لذلك طور عدد من الباحثين طريقة لتحليل الصفات المميزة للتخاطب عن طريق جلسة علاجية، وقد وجدوا ان اختيار الفرد للمفردات والعبارات بطريقة ما، واستخدامه اياها، كان في الغالب ولدرجة كبيرة يعكس طريقة تفكيرهم بالمواقف الباعثة للتوتر، وطريقة استجابتهم المرجحة لهذه المواقف، وسهل هذا التحليل على المعالج التعرف على قدرة ذلك الفرد على تطوير استراتيجية للتكيف اكثر فاعلية، كما بحث آخرون في مفهوم اطر الاستعارة وكيف يختار الناس الافكار التي تنطوي عليها محادثاتهم بحيث تتلاءم او تتفق وما يريدون قوله، وعلى سبيل المثال فأن المجادلات التي توصف عادة كمجادلات نزاع، ينطوي اطار الاستعارة فيها عادة على مفردات

173 بيكي هيس، في اللغة والمعرفة اللغوية، تعريب : ضياء الجصاني، مراجعة علمية : د. قيس النوري، مراجعة لغوية : د رفعت السوداني، سلسلة كتاب الحكمة الشهري، بيت الحكمة، بغداد، 2007، ص12.

تتضمن معنى عنيفاً، كأن يكون الحديث عن (هجمات يشنها شخص ما، على ما يقوله شخص آخر، وما يقدمه من الحجج)¹⁷⁴، ومن هنا يتوقف التخاطب الناجح على ما يقدم من حجج، وفي الاعلام يتوقف نجاح الرسالة الصحفية بكل انواعها (الخبر والتحقيق والتقرير والمقال والحديث الصحفي) على ما يقدم من حجج وحقائق وافية، فالحجاج وسيلة من وسائل الاقناع، فلا يخلو أي نص سواء كان ادبياً او اعلامياً او قضائياً او فلسفياً او نقدياً او علمياً او فكرياً من الحجاج، اذ تتميز لغة النص الحجاجي بأنها لغة تقريرية موضوعية تعبر عن الافكار بوضوح ومباشرة، وهو ما نجده في مميزات لغة الصحافة بشكل خاص واللغة الاعلامية عموماً.

فالهيكل الحجاجي للنص يقابل ما سماه ارسطو بالقياس الحجاجي : مقدمة كبرى، مقدمة صغرى، ونتيجة، وقد سميت هذه العناصر في الهيكل الحجاجي للنص بعناصر القياس، اذ سميت المقدمة الكبرى بقانون العبور لأنها تسمح لنا بالانتقال من الحجة (المقدمة الصغرى) الى النتيجة، ثم اضيفت عناصر اخرى ثانوية مثل السند الذي هو مرجع لقانون العبور وعلامة القوة التي تزيد او تنقص من قوة النتيجة او مثل (الاستثناء) الذي يسمح بإقصاء الحالات الاستثنائية.¹⁷⁵

وقد جمع (بنوار ونو) أبرز الخصائص التي تميز النص الحجاجي عن غيره من النصوص بالاتي :¹⁷⁶

174 نيكى هيس، مصدر سابق، ص 12 - 13.

175 كوريليا فون راد صكوحى، الحجاج في المقام المدرسي، كلية الآداب، منوبة، تونس، 2003.

176 د ساميه الدريدي، الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية الى القرن الثاني للهجرة سبته واساليه، منتدى اللسانيات العربية، الاحد 15 نوفمبر 2009.

1. القصد المعلن : وهو البحث عن أحداث اثر في المتلقي او اقناعه بفكرة معينة، وقد عبر اللسانيون عن ذلك بالوظيفة الإيحائية للكلام.
 2. التناغم : وهو ان يقوم النص على منطق ما في كل مراحله، ويوظف على نحو دقيق التسلسل وهو يحكم ما يحدثه الكلام من تأثيرات في المتلقي سواء تعلق الامر بالفتنة او الانفعال او أحداث مجرد تقدم.
 3. الاستدلال : وهو السياق العقلي الذي يسير فيه النص او تطوره المنطقي، فالنص الحجاجي في أبسط صوره هو ترتيب عقلي للعناصر اللغوية ترتيبا يستجيب لنية الاقتناع.
 4. البرهنة : وترد اليها الحجج وكل تقنيات الاقتناع.
- ويحدد (بيرمان) وزميله (تيتكاه) مفهوم موضوع الحجاج بأنه درس تقنيات الخطاب التي من شأنها ان تؤدي بالأذهان الى التسليم بما يعرض عليها من اطروحات او ان تزيد في درجة ذلك التسليم¹⁷⁷.

التصور في التداولات الحجاجية

- يمكن تحديد اهم البنى الكبرى التي تنظم التصور في التداولات الحجاجية، بالاتي:⁷⁸
1. البنية الاستدلالية للحجة: وهي التي تبدو فيها المهارة الحجاجية من خلال إنتاج مجموعة من الأفعال والحالات المشتمة على علاقة وطيدة بين المقدمات والنتائج.
 2. البنية النقدية للحجة: وفيها يبدو البعد الجدلي قائما على إنتاج مجموعة من

177 Perelman et Traite. Traite de l'argumentation. OP.Cit.p5.

178 د خالد بن محمد الحديع، المناويل الحجاجية وتخصيب الدرس النقدي، الجزيرة الثقافية.

www.aljazirah.com.

تاريخ الدخول للموقع الالكتروني، 18 - 11 - 2015.

الحركات المبنية على الإقناع أو التفاوض أو الاستنطاق أو التداول مع الاعتماد على قواعد الكشف والفحص والنقد.

3. البنية التأثيرية (الإقناعية) للحجة: وتركز على العلاقة بين المدعي بالحجة والجمهور الذي يوكل إليه في النهاية قبول الحجة أو رفضها.

4. البنية المغالطة للحجة: وفيها تتم دراسة أنواع الخروقات التي تعوق عملية الحوار النقدي بين المشاركين مع تحليل هذه المغالطات وتقويمها

مداخل الحجاج (مراتبه)

تعد مسألة المراتب أو المداخل ظاهرة لغوية طبيعية استأثر بها الدارسون باختلاف تخصصاتهم مع انبعاث الكشوفات الألسنية ومباحث فلسفة اللغة؛ إذ اشتغل به الألسني والمنطقي والرياضي والمتفلسف، وقد قسّم هؤلاء الباحثين المراتب الحجاجية إلى ثلاث؛⁷⁹

1. المراتب المتضادة: فقد تكون الألفاظ دالة على معان يمكن ترتيبها بين طرفين متباينين؛ ومثال ذلك: جملة الألفاظ المرتبة الآتية: (الرمضاء، الحرّ، الدفء، الفتور، البرد، القَرَس) فهذه الجملة تتضمن اللفظين: "الرمضاء" و"القَرَس" الذين هما بمنزلة طرفين أعلى وأسفل متباينين بينهما مراتب أربع.

2. المراتب الموجهة توجيها كميًا: ونجد هذا الضرب من المراتب في الألفاظ الدالة على معان تقبل التدرج في اتجاه واحد، إما على مقتضى التزايد أو على مقتضى التناقص؛ ومثال ذلك: أسماء معايير الوزن الآتية: (درهم، مثقال، أوقية، رطل) المرتبة على سبيل الزيادة في الوزن أو (رطل، أوقية، مثقال، درهم) المرتبة على سبيل النقص منه.

179 د حمودي محمد، الحجاج واستراتيجية الإقناع عند طه عبد الرحمن، موقع جامعة مستعانم الجزائرية، منشور على الرابط، https://www.attanafous.univ_mosta.dz، تاريخ الدخول للموقع، 17

3. المراتب الموجهة توجيهها قصدياً: قد تدخل المراتب، لا على الألفاظ وحدها، بل كذلك على الجمل، فيكون قصد المتكلم عاملاً في تحديد اتجاه المراتب التي تنزلها هذه الجمل؛ مثال ذلك، أن يقصد المتكلم التوقف عن العمل متى شُعر بالملل وبالأولى متى غلب عليه النوم؛ فالقولان: (شُعر المتكلم بالملل)، و(غلب على المتكلم النوم)، هما بمثابة مرتبتين متفاوتتين بينهما بموجب قصد المتكلم في التوقف عن العمل.

وهنا يبرز تساؤل يفرض نفسها: هل ان جميع الحجج التي تورّد في الانواع الصحفية هي بالدرجة نفسها من القوة ؟

ان الاجابة عن هذا السؤال تقتضي تحديد فيما اذا كانت الحجج اللغوية سياقية ام لا؟ يقول الباحث جميل حمداوي، ان الحجج اللغوية سياقية اذ تتحدد حجيتها بالسياق اللغوي، فقد تكون العبارة الواحدة اما حجة او نتيجة، ومن جهة ثانية تكون الحجج اللغوية نسبية مادامت هناك حجج مضادة محتملة من المستمع، وهنا يمكن القول بأن هناك حججاً قوية، وحججاً ضعيفة، وحججاً اوهى، وحججاً اضعف، كما تكون هذه الحجج قابلة للإبطال.¹⁸⁰

ويؤيد هذا التحليل د. ابو بكر العزاوي في وصفه للحجاج اللغوي بأنه نسبي ومرن وتدرجي وسياقي بخلاف البرهان المنطقي والرياضي الذي هو مطلق وحتمي.¹⁸¹

وعليه تسمى العلاقة التي تجمع بين الحجة والنتيجة بالعلاقة الحجاجية وهي تختلف عن الاستلزام او الاستنتاج المنطقي، وهنا يمكن الحديث عن السلم

180 جميل حمداوي، الحجاج اللغوي في القصة القصيرة جداً، مصدر سبق ذكره.

181 د. ابو بكر العزاوي، مصدر سابق، ص20.

الحجاجي الذي يتكون من فئة حجاجية موجهة، ويتكون من مجموعة من الدرجات في القوة والضعف.¹⁸²

وإذا كان مفهوم القوة يستعمل في مجالات علمية ومعرفية عديدة، في الفيزياء وعلم النفس والفيزيولوجيا وعلم الاجتماع وغيرها من العلوم فإنه يستعمل كذلك في مجال اللغة وعلم اللغة، وإذا كان هذا المفهوم يشمل في الفيزياء كل ما من شأنه ان يغير وضع الاستقرار او الحركة بالنسبة لجسم معين، وإذا كان يعني في علم النفس القدرة الاخلاقية او الذهنية المتعلقة بالطبع او بالإرادة، فأن له في مجال اللغة معانٍ ترتبط بالتأثير والتغيير.¹⁸³

وفي الاتصال هناك مجالات كثيرة تستعمل فيها القوة، مثل الاتصال الفعال الذي يحقق جذب المتلقي واثارة انتباهه، وكذلك التأثير والتغيير الذي يحققه احد انماط الاتصال المتمثل بالدعاية، وكل ذلك مرتبط بقوة الحجج التي تقدم في الخطاب الاعلامي بمختلف انواعه الصحفية وبما يناسب بينته وشروطه واغراضه.

ونلاحظ في تحرير الانواع الصحفية ان هناك ترتيباً في عرض الحجج والوقائع والاحداث حسب درجة قوتها، فهناك قوالب التحرير الصحفي للخبر او التقرير او التحقيق او الحديث التي تضع الحجج الاقوى في البداية ثم تتدرج في النزول على وفق درجة هذه الحجج، وهناك قوالب تضع الحجة الاقوى في النهاية مما يعني ان هناك درجات نسبية للحقائق والوقائع والمعلومات التي يرتبها المحرر الصحفي للوصول الى اقناع المتلقي، فكل حجة لها درجة تبدأ من الاقوى وتصل الى الاضعف في التدرج، لذلك ظهر لدينا اكثر من قالب في تحرير هذه الانواع الصحفية.

182 جميل حمداوي، الحجاج اللغوي في القصة القصيرة جداً، مصدر سبق ذكره.

183 د ابو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، مؤسسة الرحاب الحديثه للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 2009، ص 136.

وهنا تبرز مهارة المحرر الصحفي في كيفية ترتيب هذه الحجج بما يؤدي الى اقناع المتلقي وتحقيق غايات الرسالة الصحفية، اذ يعتمد نجاح العملية الحجاجية على مدى ذكاء المرسل وكفاءته على حسن توظيفه لأدوات أقناع ذات مرجعية اجتماعية مرتبطة بالقيم الثقافية أو الدينية، أو ذات مرجعية مرتبطة بطبيعة الحجاج كاستعمال الدليل أو الحجة.¹⁸⁴

وقد بني الحجاج اساسا من مقدمات يضعها المحاجج (القائم بالاتصال او المرسل منتج الرسالة) في خطابه لإقناع الجمهور، وهذه المقدمات هي بمثابة نقطة انطلاق للحجاج، وتتكون هذه المقدمات من :¹⁸⁵

1. الوقائع : اذ تحيط بالمتكلم مجموعة من الوقائع القارة التي يلجأ اليها اثناء الاستدلال بها عن موضوع ما، وهذه الوقائع تمثل ما هو مشترك بين عدة اشخاص او بين جميع الناس، وتعد الوقائع المشاهدة اكثر تأثيرا من الوقائع المفترضة.
2. الحقائق : يلجأ اليها الخطيب ويربطها بالوقائع من اجل تكوين بداية حجاجية قوية.
3. القيم : وتكون خالية من الاستدلالات ذات البعد العلمي والعلوم الشكلية.
4. التراتيبات : تخضع القيم لتراتبيات تساهم في ترتيبها، فكل شيء درجات، وهذه التراتبية تشبه السلم الحجاجي، اذ يشترك السلم الحجاجي وتراتبية القيم في ترتيب الحجج والقيم حسب قوتها.

184 مانفريد فرانك حدود التواصل الإجماع والتنازع بين هابر ماس و ليونار، ترجمة وتعليق : عز العرب لحكيم بناني، إفريقيا الشرق، 2003، ص5.

185 نعيمة يعمراس، الحجاج في كتاب المثل السائر (لابن الاثير)، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم، قسم الادب العربي، جامعة مولود معمري تيري وزو ، الجمهوريه الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 3 4

5. الافتراضات : وتكون محتملة، لذلك تكون ضعيفة في الادعان لها.

6. المعاني او المواضع : يمكن للخطيب ان يستخدم مقدمات اعم واشمل من القيم وتراتبيتها.

وهنا لابد من الاشارة الى ان الانواع الصحفية جميعها تستخدم الحجاج لأغراض اقناع الملتقي بما تطرحه في رسالتها الصحفية، ولكنها لا تستخدم بصورة دائمة مكونات نقطة الانطلاق الحجاجية كلها، فهي تستخدم الوقائع والحقائق والقيم والترانبيات والمعاني بصورة دائمة ولا تتخلى عنها ابداء، بينما تبتعد عن الافتراضات لأنها ضعيفة في تحقيق ادعان الملتقي للرسالة الصحفية لاتسامها بطابع الاحتمالية بينما توصف لغة الرسالة الصحفية بأنها واقعية، ولكن قد نجد استخدام لهذه الافتراضات في المقال الصحفي عندما يلجأ كاتب المقال في عرض رأيه ولكنها محدودة جدا، لأن الملتقي يبحث عن الحقائق وليس عن افتراضات قد تكون غير قابلة للتحقق.

النماذج التواصلية للحجة:

يحدّد طه عبد الرحمن النماذج التواصلية بناء على أن كل حجاج تواصل، فيقف على ثلاثة نماذج تواصلية للحجة، هي¹⁸⁶:

1. النموذج الوصلي للحجة: تكون فيه الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة وصل، إذ يعامل الحجة معاملة البناء الاستدلالي المستقل الذي تكون عناصره موصولة وصلا تاما.
2. النموذج الإيصالي للحجة: تكون في الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة إيصال، لأنه يجعل من الحجة فعلا استداليا يتوجه به المتكلم إلى المستمع.

186 طه عبد الرحمن، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، بيروت/الدار البيضاء، 1998،

3. النموذج الاتصالي للحجة: تكون فيه الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة اتصال، إذ ينظر في الحجة بوصفها فعلا مشتركا بين المتكلم والمستمع، جامعا بين توجيه الأول وتقويم الثاني.

ولعل المتلقي يلاحظ من خلال هذه النماذج التواصلية الثلاثة للحجة أن هناك فرق بين (الوصل) وهو نقل الخبر، ويفيد المصطلح معنى الجمع بين طرفين بواسطة أمر مخصوص، والوصل لا يكون إلا بـ(واصل)، والواصل هو بالذات الخبر، والإيصال وهو نقل الخبر مع اعتبار مصدر الخبر الذي هو المتكلم، وبين الاتصال، وهو نقل الخبر مع اعتبار مصدر الخبر الذي هو المتكلم واعتبار مقصده الذي هو المستمع معا¹⁸⁷.

وعليه تقتضي عملية التوصيل مخاطب يرسل خطابه بواسطة اللغة إلى المستقبل، فكل خطاب يعني تواصلا بين المبدع والمتلقي، والوسيط النوعي بين الاثنين هو النص، إذ ينبغي أن يتوصل الاثنان المتلقي والمبدع إلى وعي بأهمية العامل المشترك بينهما وهو النص، فاتفقهما الضمني يهيئ مجالا لنمو النص في ذهن المتلقي.¹⁸⁸

السلم الحجاجي : مفهومه وقوانينه

ومن هذا التمهيد لمفهوم الحجاج نستطيع تحديد ماهية التدرج البلاغي الحجاجي إذ يقوم هذا التدرج على رصد الزيادة أو النقصان في الحدث أو الواقعة اللسانية، ويعني هذا الخضوع التام لسلم الحجاج الذي قد يكون بالتعالي أو الزيادة من جهة أو بالنقصان والانخفاض من جهة أخرى¹⁸⁹، فالحجة التي تفرض نفسها هي

187 د. حمودي محمد، مصدر سبق ذكره.

188 د محمد رضا مبارك، استقبال النص عند العرب، المؤسسة العربية للدراسات والشعر، بيروت 1999، ص153.

189 د حميل حمداوي، الحجاج اللغوي في القصة القصيرة جدا، مجلة ادب فن الثقافية الالكترونية، 12

11 - 2014، www.adabfan.com.

التي تثبت، وهي التي تعد من أقوى الحجج لذلك يعتمد المرسل على ترتيب الحجج التي تدعم دعواه حسب قوتها، وهذا ما يعرف بالسلم الحجاجي، وهو عبارة عن مجموعة غير فارغة من الأقوال مزودة بعلاقة ترتيبية وموفية بالشرطين التاليين:¹⁹⁰

1. كل قول يقع في مرتبة ما من السلم يلزم عنه ما يقع تحته، بحيث تلزم عن القول الموجود في الطرف الأعلى جميع الأقوال التي دونه.

2. كل قول في السلم دليلا على مدلول معين، كما يعلوه مرتبة دليلا أقوى عليه وله ثلاثة قوانين، هي: قانون الخفض - قانون تبديل السلم- قانون القلب.

ويتضح مما تقدم ان السلم الحجاجي هو علاقة ترتيبية للحجج تحدد بموجبها مراتب الاقوال ودرجاتها باعتبار وجهتها وقوتها الحجاجيتين.¹⁹¹

ويكمن دور الروابط الحجاجية واستثمار دلالتها في ترتيب الحجج، ونسجها في خطاب واحد متكامل، إذ تفصل مواضع الحجج، بل وتقوّي كل حجة منها الحجة الأخرى، وتسهم هذه الروابط في الحفاظ على انسجام النص واستمراريته، كما تساهم في تدرج الفهم وغوه، وهذا كله من أجل خدمة الغاية الحجاجية التي من أجلها أنتج الخطاب، ومن أهم الروابط الحجاجية التي لها دور مهم في قلب النتائج المتوقعة الرابط الحجاجي (لكن)، وبهذا الصدد يبين ديكرو أن (لكن) تحمل مثل كل الروابط الحجاجية وظيفتين الأولى تربط بين وحدتين

190 أ العمري آسيا، البعد البلاغي والحجاجي للسخرية من منظور التداولية، إخبار الحمقى والمغفلين أمودجا، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، 14 - 4 - 2013.

191 د. أبو بكر العزاوي، مصدر سابق، ص 132.

لسانيتين أ و ب، والثانية تقوم بوظيفة حجاجية للوحدات اللسانية التي تربطها.¹⁹² وقد درس أحد الباحثين بعض الروابط مثل الرابط (بل)، و (لكن)، و (حتى)، وقارب معانيها ودلالاتها البلاغية والنحوية كالإضراب و الاستدراك، و الغاية، وبين أن هذه الأخيرة وثيقة الصلة بما يدعى في الدراسات الحجاجية بالسلم الحجاجي¹⁹³، الذي تظل فيه الحجج التي تأتي بعد الرابط أقوى من التي ترد قبله، وهذه الروابط وما تستصعبه من صيغ شرطية أحيانا تفتح آفاقا كبرى للدلالة الاحتمالية.¹⁹⁴ وتعد الشواهد من الحجج الجاهزة التي ينقلها المرسل على لسانه وهي من الحجج القوية التي تدعم حججه، ونقلها على لسانه يدل على براعته وقدرته على حسن توظيفها حسب ما يتطلبه السياق الذي تجري فيه العملية التواصلية، وبهذا فهي تعلو الكلام العادي درجة، مما يجعلها ترقى في السلم الحجاجي إلى ما هو أرفع.¹⁹⁵

192 ينظر الى كل من أ العمري آسيا، مصدر سابق : طه، عبد الرحمن: اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، المغرب، 1988، ص 277 - 278 ؛ أخبار الحمقى: ص 47- 48 ؛ بن ظافر الشهري، عبد الهادي استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، دار الكتب الجديدة المتحدة، ط1، بيروت، لبنان، 2004، ص 473

193 طه عبد الرحمن، اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي، ط2، المركز الثقافي العربي، البيضاء، 2006م، ص 277.

194 الزهراني، معجب، ن الخطاب الحوارية في فصل المقال، كتاب الرافد، [ع.2]، دار الثقافة و الإعلام، حكومة الشارقة، [د.ط]، فبراير 2010، ص 36 - 58.

195 ينظر الى كل من : أ. العمري آسيا، مصدر سابق ؛ أخبار الحمقى، ص 129.

ويتضح مما تقدم ان هناك سلم حجاجي في البلاغة يستخدم لأغراض الاقناع وهو علاقة ترتيبية للحجج يمكن أن نرمز لها بالآتي:¹⁹⁶

ن = النتيجة

ب، ج، د = تمثل حجج وأدلة تخدم النتيجة ن.

فعندما تقوم بين الحجج المنتمية إلى فئة حجاجية ما، علاقة ترتيبية معينة، فإن هذه الحجج تنتمي إلى السلم الحجاجي نفسه، فالسلم الحجاجي هو فئة حجاجية موجهة، ويتسم السلم الحجاجي بالسمتين الآتيتين:¹⁹⁷

1. كل قول يرد في درجة ما من السلم، يكون القول الذي يعلوه دليلاً أقوى منه بالنسبة إلى (ن).

2. إذا كان القول (ب) يؤدي إلى النتيجة (ن)، فهذا يستلزم أن (ج) أو (د) الذي يعلوه درجة يؤدي إليها، والعكس غير صحيح، فإذا أخذنا الأقوال الآتية:

- حصل زيد على الشهادة الثانوية

- حصل زيد على شهادة الإجازة

- حصل زيد على شهادة الدكتوراه

فهذه الجمل تتضمن حججا تنتمي إلى الفئة الحجاجية نفسها، وتنتمي كذلك إلى السلم الحجاجي نفسه، فكلها تؤدي إلى نتيجة مضمرة من قبيل (كفاءة زيد) أو (مكانته العلمية)، ولكن القول الأخير هو الذي سيرد في أعلى درجات السلم الحجاجي، وحصول زيد على الدكتوراه هو بالتالي أقوى دليلاً على مقدرة زيد وعلى مكانته العلمية، ويمكن الترميز لهذا السلم كما يأتي:

196 ينظر الى كل من : ابو بكر العزاوي، مصدر سابق ؛ الحجاج في اللغة، مشور على الرابط

www.aljabrabad.net، ص 61 - 70.

197 المصدر نفسه

ن = الكفاءة العلمية

د = الدكتوراه

ج = الاجازة

ب = الشهادة الثانوية

قوانين السلم الحجاجي:

وأهم هذه القوانين ثلاثة:¹

1. قانون النفي: إذا كان قول ما "أ" مستخدما من قبل متكلم ما ليخدم

نتيجة معينة، فإن نفيه (أي ~ أ) سيكون حجة لصالح النتيجة المضادة.

وبعبارة أخرى، فإذا كان "أ" ينتمي إلى الفئة الحجاجية بواسطة "ن"، فإن "~ أ"

ينتمي إلى الفئة الحجاجية المحددة بواسطة "لا - ن"، ويمكن أن تمثل لهذا بالمثالين الآتيين:

• زيد مجتهد، لقد نجح في الامتحان

• زيد ليس مجتهدا، إنه لم ينجح في الامتحان

فإذا قلنا الحجاج الوارد في المثال الأول، وجب أن نقبل كذلك الحجاج الوارد في

المثال الثاني.

2. قانون القلب: يرتبط هذا القانون أيضا بالنفي، ويعد تكميما

للقانون، ومفاد هذا القانون أن السلم الحجاجي للأقوال المنفية هو

عكس سلم الأقوال الإثباتية، وبعبارة أخرى، إذا كان (أ) أقوى من

(أ) بالقياس إلى النتيجة "ن"، فإن (~ أ) هو أقوى من (~ أ) بالقياس

إلى "لا - ن"، ويمكن التعبير عن هذه الفكرة بصيغة أخرى فنقول: إذا

198 ابو بكر العزاوي، مصدر سابق، ص 61 - 70.

كانت إحدى الحجتين أقوى من الأخرى في التدليل على نتيجة معينة، فإن نقيض الحجة الثانية أقوى من نقيض الحجة الأولى في التدليل على النتيجة المضادة، ويمكن أن نرمز لهذا بواسطة السلمين الحجاجيين التاليين:

- حصل زيد على الماجستير، وحتى الدكتوراه
 - لم يحصل زيد على الدكتوراه، بل لم يحصل على الماجستير
- فحصول زيد على الدكتوراه أقوى دليل على مكانته العلمية من حصوله على الماجستير في حين أن عدم حصوله على الماجستير هو الحجة الأقوى على عدم كفاءته من عدم حصوله على شهادة الدكتوراه.
- وهذا يفسر لنا أيضا لحن الجملتين التاليتين، أوشذوذهما وغرابتها على الأقل:

- حصل زيد على الدكتوراه، بل حصل على الماجستير
 - لم يحصل زيد على الماجستير، بل لم يحصل على الدكتوراه
3. قانون الخفض: يوضح قانون الخفض الفكرة التي ترى أن النفي اللغوي الوصفي يكون مساويا للعبارة، فعندما نستعمل جملا من قبيل:

• الجو ليس باردا

• لم يحضر كثير من الأصدقاء إلى الحفل

فنحن نستبعد التأويلات التي ترى أن البرد قارس وشديد (المثال الأول) أو أن الأصدقاء كلهم حضروا إلى الحفل (المثال الثاني). وسيؤول القول الأول على الشكل التالي:

- إذا لم يكن الجو باردا، فهو دافئ أو حار

وسيؤول القول الثاني بالصيغة الآتية:

- لم يحضر إلا القليل منهم إلى الحفل

وتتجلى صعوبة صياغة هذه الوقائع، في أن خفض الذي ينتج عن النفي لا يتموقع في السلم الحجاجي، ولا يتموقع أيضا في سلمية تدرجية موضوعية يمكن تعريفها بواسطة معايير فيزيائية، فلا تدرج الأقوال الإثباتية (من غط "الجو بارد") والأقوال المنفية (من غط "الجو ليس بارد) في الفئة الحجاجية نفسها ولا في السلم الحجاجي نفسه، ومع ذلك فقد اقترح أحد المناطق المعاصرين صياغة تقريبية لهذا القانون نوردتها كما يأتي: "إذا صدق القول في مراتب معينة من السلم، فإن نقيضه يصدق في المراتب التي تقع تحتها"، ويشير أحد الباحثين إلى أن السلم الحجاجي بتركيزه على مبدأ التدرج في توجيه الحجج يبين أن المحجاجة اللغوية ليست رهينة المحتوى ولا رهينة حالة هذا المحتوى على مرجع محدد، بل هي رهينة القوة والضعف ورهينة الخصوصية والذاتية ومن ثم فهي لا تخضع لمنطق الصدق والكذب¹⁹⁹

ولما كانت اللغة وظيفية حجاجية، وكانت التسلسلات الخطابية محددة بواسطة بنية الأقوال اللغوية وبواسطة العناصر والمواد التي تم تشغيلها، فقد اشتملت اللغات الطبيعية على مؤشرات لغوية خاصة بالحجاج، فاللغة العربية، مثلا، تشتمل على عدد كبير من الروابط والعوامل الحجاجية التي لا يمكن تعريفها إلا بالإحالة على قيمتها الحجاجية، نذكر من هذه الأدوات: لكن، بل، إذن، حتى، لاسيما، إذ، لأن، بما أن، مع ذلك، ربما، تقريبا، إنما، ما...إلا... إلخ

ومن مقومات الحجاج أو مؤثراته

1. الربط بين الفقرات بحروف التوكيد وحروف العطف خاصة الواو، وعبارات معينة أو الإثبات (لا أريد، مما، لا شك فيه).

199 عبد الله صوله، الحجاج اطره ومنطلقاته وتقنياته من خلال مصنف في الحجاج الحطانة الجديدة لربمان وتيتيكاه، اشراف حمادي صمود، منشورات كلية الآداب، موبية، سلسلة آداب، 1999، ص 297

2. الربط بين الجمل بحروف العطف (أو، و، ف)، وبالأسماء الموصولة (الذي، التي). ومن الروابط الحجاجية في الاستعمال الصحفي والتي تصنف ضمن الجدل والمحااجة (كلا، بصعوبة، ابدأ، مع ان، ومع ذلك، من ناحية اخرى، على النقيض من، حتى ولو، الحقيقة أن، بعد كل هذا، بصورة اخرى، ليس هذا فقط، بالمقارنة مع، والاهم من ذلك، الى جانب ذلك، ماعدا ذلك، في المقال الاول، لسوء الحظ، لحسن الحظ، وبطبيعة الحال، على أية حال).²⁰⁰

ويعد أوليفي ريبول أحد البلاغيين الفرنسيين المعاصرين الذي استخدم التحليل البلاغي الحجاجي في النصوص الصحفية اذ كان كتابه (مدخل إلى البلاغة) مرجعا أساسا في هذا الحقل، وعلى الرغم من اعتماده على كتاب مصنف في الحجاج (لشاي بيرلمان وأولبرخت تيتيكا) في تصنيفهما وتحديدتهما للتقنيات الحجاجية، إلا أنه اعتمد الى جانب البلاغة الجديدة على البلاغة القديمة (اليونانية واللاتينية) في تصويرها للنص الإقناعي، مزاجا بين تاريخ البلاغة والتحليل النظري لمفاهيمها والتحليل الإجرائي لأنواع وأنماط من الخطابات الصحفية والفلسفية والتربوية والهزلية، ولعل أهم إشكال بلاغي شغل أوليفي ريبول هو اهتمامه بالبحث في علاقة الحجاج بالأسلوب؛ فقد لاحظ أن بيرلمان لم يول أهمية للوجوه البلاغية على الرغم من تأكيده على وظيفتها الحجاجية، ولأجل ذلك حرص في معظم دراساته على إثبات وتفسير حجاجية تلك الوجوه، وعلى هذا النحو أسهم - مع غيره من البلاغيين- في إعادة العلاقة التي تنب لها أرسطو قديما بين (الإيجاد والعبارة)، تلك العلاقة التي

200 د بيل حداد، أدوات الربط في الكتابة الصحفية باللغة العربية، مجلة الدراسات الاعلامية،المركز العربي للدراسات الاعلامية، القاهرة، العدد 55، أبريل، يونية 1989، ص43.

انفصمت عروتها في تحولات البلاغة تاريخيا من اهتمامها بالخطابات العمومية إلى الخطابات الأدبية.²⁰¹

وفي تحليله للنص الصحافي، عمد ريبول إلى تطبيق خطوات منهجية تمثلت في سعيه أولا إلى تحديد الغرض البلاغي للنص؛ والمقصود بالغرض البلاغي الرسالة العملية التي ينطوي عليها، وهي رسالة يوصلها المتكلم البليغ في صيغة حجاجية؛ قد تتمثل في السخرية أو المبالغة أو حجة السلطة أو أي وجه بلاغي قد يهيمن على النص، فالغرض البلاغي لا يمكن الوقوف عليه إلا من خلال تحليل والتقاط التقنيات الحجاجية التي يستخدمها المتكلم في خطابه، وهي المرحلة الثانية (أو الأولى) من مراحل تحليل النص، أما المرحلة الأخيرة فهي نقد الخطاب؛ أي حرص المحلل على اكتشاف ثغرات التواصل والحجاج؛ فالبلاغة ليست مجرد توصيف للنص ولكنها أيضا نقد له لأجل بناء تواصل حجاجي سليم خال من العنف والتضليل.²⁰²

ويشير بلنجر إلى أن مقارنة الاقتناع البلاغي تتم في ثلاثة زوايا هي :²⁰³

1. زاوية بنية وسائل الاتصال (مقارنة سياسية وسوسولوجية)، من يتحكم في الخبر ويوجهه ؟
2. زاوية محتوى الرسائل (انماط الحجة وطبيعة الرسالة وخصائصها).
3. زاوية الآثار التي يحدثها الاقتناع (تحليل النماذج الخاصة بتغيير المواقف).

201 أوليفر ببول، التحليل البلاغي الحجاجي للنص الصحافي، تحليل حوار صحافي، ترجمة : د. عبد الواحد التهامي العلمي، د محمد ميشال، منشور على الموقع الإلكتروني ، تاريخ الدخول للموقع، 7 11 - 2015
medchbal.e-monsite.com/pages/--2/-/htm

202 المصدر نفسه.

203 ينظر إلى كل من ' بلنجر، الآليات الحجاجية للتواصل، ترجمه : عبد الرفيق بوري، 1996 ؛ ربيعة العربي، بلاغة الحجاج وتقنيات التأثير، الحوار المتمدن، 29 - 3 - 2013.

فالبلاغة العامة تعتمد أساسا على تقطيع الخطاب إلى وحدات صغرى، إذ نجد طبقات من المستويات سواء على مستوى الدال أو المدلول، ذلك أن المستوى الواحد يحوي وحدات كثيرة مدمجة داخل وحدة نظام أعلى، وكل وحدة منها تدمج بدورها وحدات نظام أدنى، غير أن هذا التقطيع يمكن أن يصل إلى مستوى ذري يتعذر تقسيمه؛ يتمثل على مستوى الدال في (الخصائص المميزة)، وعلى مستوى المدلول في (المقومات)، ومن ثم فإن مستويات التفصيل تفرز صورا بلاغية تنعتها الجماعة "بالتحولات التي تشكل في ذاتها انتقالات وتحولات داخل البنية الشجرية للتمفصل"²⁰⁴.

وإذا كانت هناك علاقات بين مستويات هذا التمثيل، فإن الصور البلاغية ترتبط بها متجاورة ومتقاربة (مثل الإبدال على مستوى التراكب)؛ إذ قلما توجد المستويات متباعدة، وهكذا يترتب عن هذا التقطيع الإجرائي تعيين الصور البلاغية ضمن أربعة حقول أساسية:²⁰⁵

- أ - تحولات الكلمة على مستوى العبارة وهي تشتغل على الجانب الصوتي والخطي للكلمة، مثل القوافي وتشاكلات الصوامت.
- ب - تحولات الجملة على مستوى العبارة وهي جمع للتراكبات والمورفيمات المتوفرة على نظام، والقابلة للتكرار، مثل قلب العبارة.
- ج - تحولات الكلمة على مستوى المحتوى التي تعمل على تعويض شبكة من المقومات النووية بأخرى، مثل التشبيه والمجاز المرسل والاستعارة والكناية.

204 اسماعيل شكري، في نقد الصور البلاغية : مقارنة تشييدية، وزارة الثقافة، المملكة المغربية، www.minculture.gov.ma، وللمزيد ينظر الى كل من : حماعه 1982، ص 30 ؛ كتاب قونطاني، 1977، ص 332 ؛ نظرية المستويات في بنفيس، 1967.

205 المصدر نفسه

د - تحولات الجملة على مستوى المحتوى التي تجعل من الجملة جمعا لمقومات مركزة في كلمات ذات نظام وقابلة للتكرار مثل المبالغة والمقابلة.

ومن اليات المحاجة : الأخبار من الخبر وهو ما يصح أن يدخله الصدق أو الكذب وهو لفظ يدل على علم في نفس المخبر، والتفسير، وهنا يحتاج الموضوع الذي يطرح إشكالية أو قضية كما هو الشأن في المناظرة أو الخطبة في انجازه إلى أساليب للتفسير تساهم في توضيح أبعاده ودلالته وتجعل المتكلم قادرا على الشرح والتوضيح لخصمه أو من يناظره لغرض الإقناع وأهم أساليبه التعريف والوصف والمقارنة والسرد والإقناع، وبوساطته تستخدم حجج وبراهين للدلالة على صحة الموقف الذي يدافع عنه المتناظرون والخطيب اعتمادا على أدلة ملموسة من الشواهد أو أدلة تعتمد على مبادئ منطقية.²⁰⁶

ومن وسائل الإقناع البلاغي :²⁰⁷

1. الوسائل المنطقية الدلالية : وأهم عناصرها القياس المنطقي الذي يعد بنية أساسية في الحجج ووظيفته الانتقال مما هو مسلم إلى ما هو مشكل، وكذلك من عناصرها الأحاديث النبوية أو الآيات القرآنية أو المقولات الفلسفية أو العلمية وحجج واقعية.
2. الوسائل اللغوية : ومن أهمها التوكيد والشرط والنفي والتكرار اللفظي والمعنوي والسجع والتوازن الصوتي والطباق وغيرها.

206 ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، نظرية الحجج، تاريخ الزيارة 7 - 11 - 2015 <https://ar.wikipedia.org/wiki>

207 المصدر نفسه

ثانيا : التصاعد البلاغي في قوالب تحرير الانواع الصحفية

تنتمي دراسة الحجاج على وفق نظريته في اللغة الى البحوث التي تسعى الى اكتشاف منطق اللغة، أي القواعد الداخلية للخطاب، والمتحكممة في تسلسل الاقوال وتتابعها بشكل متنام وتدرجي، وبعبارة اخرى فأن الحجاج يتمثل في انجاز تسلسلات استنتاجية داخل الخطاب.²⁰⁸

ومن هنا يتبين ان مفهوم السلم الحجاجي هو علاقة تراتبية للحجج، أي يمكن ترتيب الحجج بشكل يعلو بعضها على بعض حينما تستلزم نتيجة واحدة، وهذا يأتي طبقا لقوة هذه الحجج، ذلك انها تتفاوت في قوتها الدلالية والتبليغية والتأثيرية من حيث تدرجها من الاضعف الى الاقوى في اطار السلم الحجاجي.²⁰⁹

فالسلم الحجاجي يعتمد على ترتيب الحجج عموديا ابتداءً من الحجة الضعيفة الى الحجة القوية فالأقوى في فئة حجاجية واحدة.²¹⁰

ويتشابه ويتقابل السلم الحجاجي في اللغة مع نظرية نفسية وضعها الامريكي (ابراهام ماسلو) التي عرفت بنظرية تدرج الحاجات، وتناقش هذه النظرية ترتيب حاجات الانسان بشكل هرمي متسلسل مترابط، او نظام متصاعد على وفق اولوياتها يكون اعلاه مبتغى الانسان في تحقيق الذات.²¹¹

208 د. ابو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، ط1، العمدة في الطبع، 2006، ص8.

209 خالد اسماعيل صاحب، مصدر سابق، ص170.

210 المصدر نفسه، ص171.

211 يقولون ثيماشف، نظرية علم الاجتماع طبيعتها وتطورها، ط8، ترجمة : د. محمد عودة، دار المعارف، القاهرة، 1983، ص113.

وحتى في عملية تحليل النصوص سواء كانت صحفية او ادبية هناك طريقتين لتحليل هذه النصوص على وفق نظام التدرج²¹² تعتمد على اليات السلم الحجاجي نفسها، فالطريقة الاولى هي طريقة تحليل النص من الاسفل الى الاعلى، وبها يتم تحليل ظواهر النص القواعدية المختلفة انطلاقاً من وحدات النص الصغيرة صعوداً الى وحدات كبرى وهكذا وصولاً الى عموم النص، وهذه الطريقة شبيهة بالتدرج البلاغي التصاعدي من الاسفل الى الاعلى، اما الطريقة الثانية فهي عكس الطريقة الاولى اذ يكون تحليل النص من الاعلى الى الاسفل وفيها يتم الانطلاق من تثبيت هدف النص ووظيفته وبيان اتجاهه العام، وهذه الطريقة مشابهة للتدرج البلاغي التنازلي من الاعلى الى الاسفل.

كما يقابل السلم الحجاجي في وظيفته وطريقته مفهوم التصاعد البلاغي في اللغة العربية الذي يعني ترتيب العبارات والأفكار في الخطاب ترتيباً تصاعدياً من القوي إلى الأقوى بقصد زيادة التأثير²¹³، ويتفق المعجم الادبي مع هذا التعريف للتصاعد البلاغي فيعرفه بأنه ترتيب في تتابع من الكلمات وعلى وجه الخصوص في التعداد والاحصاء اذ يتم الانتقال من الاكثر ضعفا الى الاكثر قوة (الذروة) او من الاكثر قوة الى الاكثر ضعفا وذلك للدلالة على امكانية الكلام بقوة ايجابية وسلبية مثل الندامة والخوف والمخاطر²¹⁴، وهنا تبرز بقوة علاقة التصاعد البلاغي بتحرير الرسالة الصحفية اذ نجد استعمال تطبيقات التصاعد البلاغي في ترتيب الأفكار او العبارات من القوي الى الاقوى او من الاقل اهمية الى الاكثر

212 مارغوت هاينمان، و فولفغنج هاينمان، اسس لسانيات النص، ترجمه عن الالمانيه، د. موفق محمد جواد المصلح، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2006، ص 274 - 276.

213 ينظر الى كل مر . معجم المعاني، معجم عربي عربي، معجم اللغة العربية المعاصر، معجم الرائد، المعجم الغني

214 معجم النقد الادبي، ترجمة وتحرير، كامل عويد العامري، دار المأمون للترجمة والنشر وزارة الثقافة، جمهورية العراق، بغداد، 2013، ص 208.

اهمية او من الذروة الى الاقل ذروة في الانواع الصحفية كلها وفي قوالب تحرير الخبر او التقرير او التحقيق او الحديث الصحفي، وهذا يعني ان التصاعد البلاغي في تحرير الرسالة الصحفية يقوم بالمهمة ذاتها التي يؤديها السلم الحجاجي من حيث ترتيب العبارات او الجمل او الكلمات في أي نوع من الانواع الصحفية ترتيبا تنازليا او تصاعديا وفقا للغايات الاتصالية.

وبذلك تتشابه وظيفة التحرير الصحفي مع المهمة التي يقوم بها التصاعد البلاغي في كتابة النص ومع وظيفة السلم الحجاجي في ترتيب الحقائق والحجج، ذلك أن تحرير أي نوع من الانواع الصحفية يعني "مراجعته مع احتمال إعادة كتابته ووضع العنوانات الملائمة له وإعداده للنشر في المكان الملائم له من الصحيفة، ولفظة التحرير لها معنى صحفي يختلف عن المعنى اللغوي الذي يجانس بينها وبين الكتابة²¹⁵ فهي تعني إعداد كتابات الآخرين للنشر²¹⁶، أي إعدادها كتابة في صيغتها النهائية²¹⁷، في حين يرى أحد الباحثين إن التحرير "يعني صياغة الأخبار، وهو عمل يختلف عن التأليف، لان المحرر في هذه الحالة لا يؤلف ولا يبتكر.... وكل ما يؤديه هو عملية صياغة وترتيب لعرض هذه الوقائع وفق قواعد معينة في إطار سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتسب إليها"²¹⁸

215 ستابي جوس، جوليان هاريس، استقاء الاساء فن صحافه الخبر، ترجمة بتمرف : وديع فلسطين،

ط7، دار المعارف بمصر، 2002، ص357

216 د. فاروق أبو زيد، و د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مركز جامعة القاهرة، التعليم المفتوح،

2000، ص4

217 عبد الفتاح القلقيلي، فن الكتابة، ملف، بحث منشور على الانترنت www.google.com

218 محمود عبد الرؤوف كامل، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس، جامعة القاهرة : مكتبة نهضة

الشرق، 1995، ص12- 13

لذا فإن أمام الصحفي الذي يقوم بالصياغة نوعين من المواد :²¹⁹ الأول يتصل بالمخبر الذي يجد أمامه الملاحظات التي دونها أثناء ملاحقته الحدث، وسكرتير التحرير يجد أمامه النصوص التي حررها المخبرون، أما النوع الآخر من المواد فهو الذي يأتي من الأرشيف والمعلومات السابقة والوكالات التي توزع قصصا إخبارية.

فالتحرير الصحفي هو عملية اتصال جماهيرية متكاملة الأطراف ومستمرة يقوم فيها القائم بالاتصال أو المرسل بجمع المعلومات الإعلامية ومعالجتها وصياغتها كرسالة أو مضمون أو محتوى صحفي معين في شكل أو قالب صحفي مناسب قد يكون حديثا أو خبرا أو مقالا أو تحقيقا أو تقريرا، ثم يرسل أو يبث هذه الرسالة أو المضمون الصحفي عن طريق وسيلة اتصال جماهيرية إلى المستقبل أو الجمهور، وتحرير الرسالة الإعلامية كعملية فنية بمفهومها اللغوي والأسلوبي هي إحدى فنون الكتابة النثرية الواقعية وهي عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات من إطار التصور الذهني والفكرة إلى لغة مفهومة للمتلقي العادي.²²⁰

ويتطلب تحرير أي نوع من الانواع الصحفية ترتيب هذه الوقائع والاحداث والآراء والافكار ترتيبا تصاعديا او تنازليا بما يحقق اقناع المتلقي بمضمون الرسالة الصحفية. ويتم ترتيب هذه الوقائع وفق قوالب تحريرية، أجناس أو أنواع، يضطلع كل نوع منها بوظائف معينة، ويعتمد صيغاً تعبيرية تتلاءم وفتياته، والمقصود بهذه

219 فليب غايار، تقنية الصحافة، ترجمة : فادي الحسيني، ط2، بيروت : باريس : منشورات عويدات،

1983، ص94

220 د. فاروق ابو زيد، ود. ليلى عبد المجيد، مصدر سابق، ص3، ص6.

القوالب هي الاشكال التي توضع فيها المعلومات التي يتضمنها الخبر او أي نوع صحفي آخر²²¹

وتعكس الأنواع الصحفية الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، كما تفسر الوقائع والأحداث والطواهر والتطورات، وتتضمن أيضاً التقويم والتحليل والرأي والتفسير وتشتمل هذه القوالب التعبيرية على الخبر الذي يستعمل لنقل معلومات عن أحداث جديدة، والتقرير الذي يستخدم لنقل معلومات من خلال عنصر ذاتي (شاهد عيان) والافتتاحية التي تقدم رأي الوسيلة الإعلامية حول حدث ما، والتعليق الذي يقدم وجهة نظر محددة ورأي واضح حول حدث ما (ما وراء الحدث)، والاستطلاع الذي يصور الحياة الإنسانية، والتحقيق الذي يشرح ويحلل ظاهرة أو مشكلة أو أحداث، ويقدم الحلول بشأنها، والمقال الذي يمثل رؤية يقدمها كاتب معين لظواهر وأحداث يختارها، والحديث الذي يعد محادثة مسؤول أو مختص لشرح وإيضاح قضية ما²²².

وثمة ثلاثة عوامل أدت إلى تنوع الأنواع الصحفية وهي²²³:

1 . تنوع الواقع وغناه وتعقيده.

2 . تنوع الحاجات الإعلامية لدى الفرد والمجتمع.

3 . تعدد وتنوع الوسائل الإعلامية.

ان هذا التنوع في الانواع الصحفية لا يعني اطلاقاً انها منعزلة عن بعضها، وانها تعمل على التأثير على المتلقي بشكل مستقل عن بعضها، بل على العكس تماماً انها تعمل كمنظومة متكاملة لعكس الواقع المتنوع، ومن ثم فإن الانواع

221 د كرم شلي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2008، ص173.

222 نور الدين بلبيل، الارتقاء بالعربية في وسائل الاعلام، سلسلة كتاب الأمة، الكتاب الرابع والثمانون، دولة قطر، مركز البحوث والدراسات، وزارة الاوقاف والشؤون الإسلامية، رجب 1422 هـ.

223 د. اديب خضور، مصدر سابق، ص56.

الصحفية عبارة عن اشكال مختلفة من الفن الصحفي الهادف الى التعبير عن الواقع المتنوع والوصول الى الجمهور المتنوع وتحقيق اهداف متنوعة اذ يضمن تعدد الانواع الصحفية معالجة شرائح الواقع المختلفة، ومعالجة الوقائع والظواهر والتطورات من جوانب ومستويات مختلفة، فالخبر يقوم بمهمة ما يريد ان يعرفه المتلقي، أي ماذا حدث ؟ وغمّة اخر يريد ان يعرف لماذا حدث ذلك؟، وما هو الموقف السليم منه، والتعليق كنوع صحفي يقوم بهذه المهمة، اما اذا كان المطلوب تقديم الحدث برؤية شخصية وعلى لسان شاهد عيان فيمكن استخدام التقرير الصحفي، واذا كان المطلوب دراسة الظاهرة ومعرفة اسبابها وتطوراتها والمواقف المتباينة منها فان التحقيق الصحفي يكون هو النوع المطلوب استخدامه.²²⁴

وبذلك يتنوع التعبير البلاغي الاقناعي الذي يستخدمه المحرر الصحفي على وفق النوع الصحفي الذي يعبر عن الموضوع او القضية او الظاهرة او الحدث، ويكون تحرير هذه الانواع على وفق قوالب تحريرية تعتمد على التدرج البلاغي في عرض معلوماتها وترتيبها اما تصاعديا او تنازليا بالاعتماد على آليات السلم الحجاجي، وهذا ما سنبينه عند استعراض قوالب تحرير الخبر والتقرير والتحقيق الصحفي لاحقا والتدرج البلاغي او السلم الحجاجي في الرسالة الصحفية يعني عملية ترتيب المعلومات والحجج والوقائع وعرض المحتوى بما يحقق الاقناع عند المتلقي، اذ تؤثر أساليب عرض المحتوى في الرسالة الصحفية على الإقناع من خلال ما يأتي²²⁵:

224 د. اديب خضور، مصدر سابق، ص56

225 د. حس عماد مكاوي، نظريات الاتصال، المحاضرة الثانية، محتوى الرسائل الاعلامية واستراتيجيات الاقناع، مدونة مستر اعلام، www.mr-e3lam.com، تاريخ الدخول : 16 - 11 - 2015.

1. وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمناً: يمكن تحقيق الإقناع بسهولة أكبر حينما تكون أهداف الرسالة واضحة ومباشرة، وعموماً يتوقف ذلك على اعتبارات عدة منها :

أ. مستوى تعليم وذكاء المتلقي.

ب. مدى أهمية الموضوع وارتباطه بالمتلقي.

ج. نوع القائم بالاتصال ودرجة مصداقيته.

2. تقديم الرسالة لأدلة وشواهد: من خلال معلومات واقعية موثقة أو آراء منسوبة إلى مصادر ذات مصداقية عالية ويتوقف ذلك على الاعتبارات التالية :

أ. كلما زادت مصداقية المصدر قلت الحاجة لمعلومات تؤكد ما يقوله.

ب. تحتاج بعض الموضوعات لأدلة أكثر من غيرها، خاصة إذا كان الموضوع بعيداً عن خبرات المتلقي.

ج. يقلل التقديم الضعيف للرسالة من وقع أي دليل.

د. تقديم الأدلة يكون وقع أكبر على الجمهور الأكثر ذكاءً وتعليماً.

هـ. هناك فرق بين الدليل الذي يعتمد على حقائق والدليل الذي يعتمد على آراء وإن كان أثر كل منهما لم تؤكد الدراسات.

3. عرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض جوانب متعددة:

أ. عرض جانب واحد يكون أكثر تأثيراً في حالة:

— الأفراد الأقل تعليماً.

— الأفراد الأقل ذكاءً

— الأفراد الذين لم يكونوا رأياً واضحاً عن الموضوع.

— الأفراد المؤيدين للموضوع.

ب- عرض جوانب متعددة يكون أكثر تأثيراً في حالة

- الأفراد الأكثر تعليماً.
 - الأفراد الأكثر ذكاءً.
 - الجمهور المتردد.
 - لتجنب تأثير الدعاية المضادة.
 - إذا كان الجمهور لا يتبنى وجهة نظر القائم بالاتصال.
4. ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة :
- أ. تأثير الحجج التي تقدم في البداية يكون أكبر من الحجج التي تقدم في نهاية الرسالة حسب الترتيب الآتي :
- تأثير البداية
 - تأثير النهاية
 - تأثير الوسط.
- ب. وضع الحجج في النهاية يكون أفضل عندما يكون الموضوع غير مألوفاً للجمهور.
- ج. إذا كانت الحجج متعارضة أو مثيرة للجدل، فإن الحجة التي تقدم أولاً يحتمل أن يكون تأثيرها أكبر على المتلقي.
- د. يتوقف قبول الحجج على تقييم المتلقي للقائم بالاتصال ودرجة التزام المتلقي.
5. استخدام الاحتياجات والاتجاهات الموجودة بالفعل لدى الجمهور وكالاتي:
- أ. يكون الأفراد أكثر استعداداً لتدعيم اتجاهاتهم الموجودة بالفعل من تطوير اتجاهات جديدة عليهم.
- ب. رسائل تدعيم الاتجاهات أسهل في الإقناع من رسائل تغيير الاتجاهات.

6. تأثير رأي الأغلبية: المعلومات التي تتفق مع الرأي السائد تزداد قابليتها للإقناع

7. تأثير تراكم التعرض: تكرار الرسالة يساعد على قبولها والاقتناع بمحتواها.

ومما يعزز ذلك ما أظهرته دراسات هوفلاند وزملاؤه اذ بينت انه اذا قدم قائم واحد بالاتصال في رسالة واحدة حججا متناقضة، فالمواد التي تقدم اولاً لها تأثير اكبر على المتلقي، وعلى الرغم من ان ذلك التأثير قد يزول اذا حذر القائم بالاتصال من (الانطباعات المزيفة)، وكما هو متوقع وجد ان اثارة الاحتياجات اولاً ثم تقديم مواد إقناعيه لها علاقة بتلك الاحتياجات اكبر فاعلية من تقديم المواد المقنعة اولاً، ثم اثارة الاحتياج اليها بعد ذلك، والقائم بالاتصال العليم الذي يؤمن الجمهور بصدقه والذي ينوي اعطاء جانبي الموضوع المؤيد والمعارض، يستطيع ان يحقق تغييراً اكبر على آراء الجمهور في الناحية المطلوبة اذا قدم الحجج المؤيدة اولاً، فالجمهور بعد ان يهيأ لقبول الحجج المؤيدة، ستقوي هذه الحجج موقفه بحيث لن تستطيع المعارضة تغييره الا اذا كانت مهمة جداً.²²⁶

وقد اظهرت التجارب في بعض الاحوال : ادخار اقوى الحجج حتى النهاية افضل من تقديم اقوى الحجج في البداية، فليس هناك قانون عام لترتيب الحجج في عملية الاقتناع²²⁷، بل هناك سلم حجاجي بلاغي يبين اسلوب الترتيب لهذه الحجج وينظمه اكثر من قانون وكما بينا ذلك سلفاً.

وتعد القوالب الفنية لكتابة الخبر من اكثر تطبيقات التصاعد البلاغي او السلم الحجاجي في تحرير الانواع الصحفية اذ توجد ثلاثة قوالب للخبر تستعمل آليات

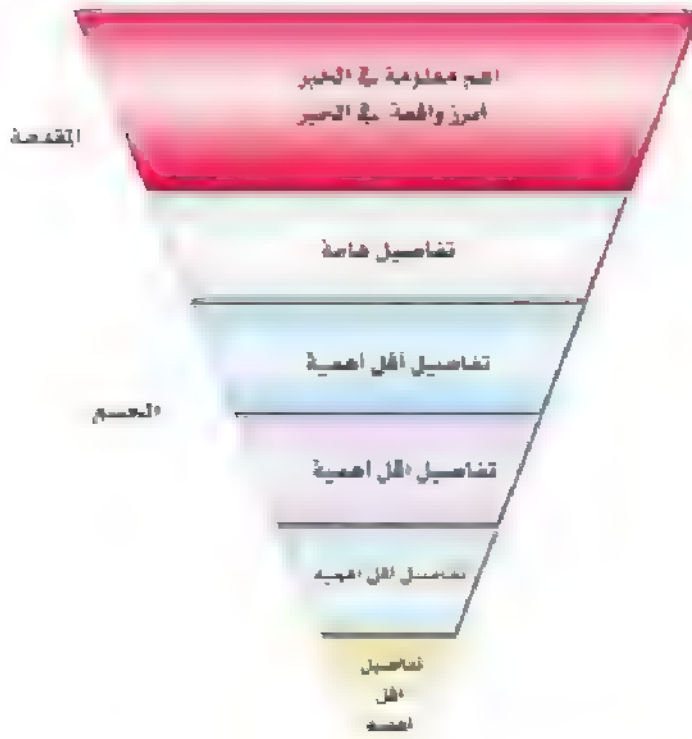
226 د. جيهان احمد رشتي، مصدر سابق، ص498.

227 د. جيهان احمد رشتي، مصدر سابق، ص498.

التصاعد البلاغي، الأول قالب الهرم المقلوب، ويقوم هذا القالب الفني على أساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري للهرم مقلوباً²²⁸، وهو اصلح القوالب الفنية في كتابة الاخبار القائمة على سرد الاحداث وكذلك الاخبار القائمة على سرد المعلومات، اذ يبدأ هذا الخبر بأهم معلومة فيه ثم يتدرج الى ابرز واقعة بالخبر ثم تفاصيل مهمة ثم تفاصيل اقل اهمية ثم اقل اهمية وهكذا²²⁹، وفي هذا النوع لا يعيد المحرر الصحفي إنتاج الواقعة أو الحدث كما وقع فعلاً وإنما يتدخل فنياً في كيفية صياغته وذلك بالاعتماد على ترتيب قائم على الأهمية، فالعناصر المهمة تمثل مقدمته ثم يكمل تنازلياً من الأهم إلى المهم في جسم الخبر، وهذا الشكل الفني من الأشكال المنتشرة بقوة حالياً انعكاساً لرغبة القراء في معرفة الحدث بأسرع طريقة، والشكل الآتي يبين التدرج البلاغي في عرض المعلومات على وفق قالب الهرم المقلوب بدءاً بالمقدمة التي تحتوي على ابرز واقعة بالخبر الصحفي ثم يبدأ بالتدرج التنازلي في جسم الخبر.

228 د. فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2000، ص151.

229 د. فاروق ابو زيد، و د. ليلى عبد المجيد، مصدر سابق، ص113.



قالب الهرم المقلوب للخبر الصحفي

ومن ملاحظة المخطط المشار اليه اعلاه نجد ان المحرر الصحفي بدأ بالأقوى في التعبير البلاغي عن اهم معلومة وردت في الخبر، ويمكن ان تدفع القارئ او السامع للانجذاب اليه واثارة انتباهه عن طريق ابراز واقعة في الخبر، أي ان تكون مقدمة الخبر في اقصى درجات التعبير البلاغي، ونقصد هنا ابراز المعنى الرئيسي في الخبر

ثم يتدرج المحرر الصحفي في تعبيره البلاغي لنقل تفاصيل مهمة في الخبر ثم يتدرج الى تفاصيل اقل اهمية، وهو ما نسميه بالتدرج البلاغي التنازلي من الاقوى الى القوي الى الاقل اهمية.

وهكذا فإن التعبير البلاغي في صياغة الاخبار على وفق تدرج المعلومات في قالب الهرم المقلوب يجب ان يراعي اليجاز وسهولة اختصار الاجزاء غير المهمة في الخبر اذا اقتضت الضرورة ذلك، وسهولة اختيار عنوان الخبر من المقدمة فهي تضم اهم ما في الخبر، فالتعبير عن الحدث اهم ما في الخطاب الاعلامي بشكل عام والخطاب الاخباري بشكل خاص، لذا يعد الفعل (حدث + زمن) او المصدر (حدث فقط) اكثر الالفاظ اهمية في النصوص الاخبارية، فهي نقاط ارتكاز الخبر وبؤرته، ولا تأتي الصفات الا لتحقيق صورة الخبر وتجعله اكثر وضوحا في ذهن المتلقي فهي تقوم بدور ثانوي مقارنة بالأفعال، فمن الممكن الاستغناء عنها في بعض الجمل الخبرية، بخلاف الافعال التي لا يمكن ان تنقل خبرا بدون حدث وقع في زمن او مكان ما، وهذا يعني انه لا يمكن الاستغناء عن الظرف الذي يحتوي الحدث سواء أكان طرفا للمكان او الزمان، فضلا عن ان هذين الطرفين يجيبان عن سؤالين من الاسئلة الستة في الخبر هما (متى، وأين)²³⁰، وعليه ينبغي ان يراعي التعبير البلاغي الذي يستخدمه المحرر الصحفي في هذا القالب التركيز على الافعال والتقليل من الصفات، واستخدام الالفاظ التي تجيب عن اسئلة الخبر جميعها، ومن بين هذه الالفاظ ظرفي الزمان والمكان، كما ينبغي ان يكون استخدام هذه الالفاظ متناسبا مع مراحل التدرج البلاغي في عرض المعلومات تنازليا وفقا للأهمية، لذا يتطلب هذا النوع من قوالب تحرير الخبر تعبيرا بلاغيا مركزا ودقيقا لأنه يعد القالب الاصلح بين القوالب الفنية لوصف الاحداث بأنواعها المختلفة لما يتميز به من وصف للحدث، اذ يفضل

230 د محمد نادر عبد الحكيم السيد، لغة الخطاب الاعلامي في ضوء نظريته الاتصال دراسة اسلوبية لغوية في نشرات الاخبار الاذاعية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص103.

قارئ الصحيفة العجول بطبيعته والذي يرغب بمعرفة الخلاصة بقراءة اقل عدد ممكن من الكلمات.

وبذلك يمثل هيكل الهرم المعكوس قاعدة الأهمية المتناقصة التي نجدها في التدرج البلاغي المتمثل بالسلم الحجاجي فهو الأكثر أهمية أو الأكثر توظيفاً في كتابة الأخبار، ووصفه اغلب الباحثين الاعلاميين بأنه هيكل حيوي للغاية، لذا فإن بناء الخبر وفق الأهمية المتناقصة وضمن هيكل الهرم المعكوس يوفر للمتلقي عناء إرهاق ذهنه للوصول إلى الأمور الجوهرية في الأخبار اذ يتم تسهيل هذه المهمة له في مقدمة إخبارية مركزة و يترك له حرية المتابعة أو إهمال الخبر، وعليه يتطلب بناء الأخبار وفق الأهمية المتناقصة جدارة عالية في تحرير الأخبار، ويتوجب على المحرر السيطرة على سيل المعلومات الإخبارية وإعادة ترتيبها، وان تكون لديه القدرة على اختصار ما هو أقل أهمية وبث روح التشويق في إخباره.

أن هيكل الهرم المعكوس هو الهيكل الأكثر أهمية في التعبير البلاغي وفي التأثير وهو كذلك الهيكل السائد في إخبار الصحف ووكالات الأنباء، ويرجع شيوع هذا القالب لسببين: ²³ الاول انه أقدر الوسائل على نقل المعلومات، فالتناس عادة لا ينفقون الكثير من الوقت لقراءة الأخبار بل يكتفون في كثير من الأحيان بقراءة الجمل الأولى من الخبر قبل أن يقرروا الاستمرار في قراءة الفقرات اللاحقة، وقد تعلم كتاب الأخبار ومحرروها هذه الطريقة خدمة لقرائهم، وأدرك القراء ان أهم المعلومات توضح في البداية، والأقل أهمية في نهاية الموضوعات.

والثاني ان المساحة المخصصة للخبر تشكل دائماً مشكلة بالنسبة للصحيفة فإذا كانت الأخبار قد صيغت ضمن هذا القالب أصبح من السهل اختصارها تدريجياً من أسفل الهرم و حسب الأهمية والاهتمام وطبيعة المطبوع وهكذا يستطيع

231 ينظر الى ' اشكال تحرير الخبر الصحفي، دروس في الصحافة والتشيط، مشور على الرابط،

hommane02.blogspot.com، تاريخ الدخول للموقع 13 - 11 - 2015.

المحرر اختزال خبر معين من الأسفل دون الإضرار بجوهر الموضوع، ويرى آخرون بأن قالب الهرم المعكوس هو من أبسط أساليب تنظيم الأخبار القصيرة و غير المعقد.

وعندما نتأمل الخبر الصحفي في شكل قالب الهرم المقلوب اعلاه فأنا المقصود منه ان يبدأ الخبر بالفكرة الرئيسة اولا، ثم يأتي بالتفاصيل بعد ذلك، وعلى هذا النحو ينقسم الخبر الى قسمين هما قمة الهرم وجسم الهرم، وتأتي اهم حقيقة او اهم معلومة في الخبر في المقدمة، أي تأتي هي وغيرها من الحقائق المهمة التي يقوم عليها الخبر اصلا في مقدمة الخبر بل تكون هي مقدمة الخبر او قاعدة الهرم المقلوب، ثم تأتي التفاصيل بعد ذلك لتشكّل جسم الهرم، متدرجة هي الاخرى من الهم الى المهم، ومتناولة ما جاء في المقدمة باستفاضة في الشرح والتفصيل وسرد المعلومات الكاملة، الى ان تهبط الى قمة الهرم المقلوب أي نهايته او اسفله، فتكون اقل الوقائع اهمية في الخبر، ويطلق على قاعدة الهرم المقلوب في هذه الحالة (المقدمة)، ويطلق على الجزء الباقي (جسم الخبر).²³²

ومن هنا فان التدرج البلاغي في عرض المعلومات في الخبر الذي يصاغ وفق هذا القالب يجب ان يتقيد بعدد من القواعد الاساسية عند التعبير عن هذه المعلومات في كتابة الخبر من حيث اختيار الكلمات والجمل وتراكيبها ذات الدلالة المباشرة، ومن هذه القواعد العرص على ان يكون المقطع الاول في الخبر بمثابة خلاصة او رواية مكثفة للخبر كله، وان تتم صياغة مقدمة وجسم الخبر باستخدام الجمل القصيرة الواضحة، والالتزام بوحدة الفقرة، بمعنى ان يتناول كل مقطع في جسم الخبر فكرة واحدة متكاملة، ومراعاة التسلسل والتتابع المنطقي بين الجمل الواردة في كل فقرة، ثم بين الفقرات التي يتألف منها الخبر، وضرورة ان تنفرد كل فقرة لاحقة من الخبر بمعالجة وتوضيح تفاصيل ثانوية او موضوعا فرعيا لفكرة رئيسة

232 د. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الاسلامية، مصدر سابق، ص178.

وردت في المقدمة، بدلا من ان تتضمن الفقرة خليطاً من الافكار والتفاصيل والموضوعات الثانوية، وضرورة ان يتتابع السياق في جسم الخبر مبتدأ بالأهم متدرجا الى الأقل أهمية.²³³

وترى ديبرا بوتر ان ترتيب الحجج والوقائع في هذا القالب مفيد عند نقل اخبار مهمة او عاجلة ما زالت تشهد تطورات، وحين يكون عامل الوقت هو العامل الاساسي، فالتقرير الاخباري المتعلق بعاصفة هائلة مثلا سيبدأ على الأرجح بذكر عدد الوفيات وموقع اكثر المناطق تضررا، وفي بيان الهرم المعكوس يتم التوسع في المعلومات التي وردت في الفقرة الافتتاحية وتطوير النقطة الاساسية التي ذكرت فيها، ففي التقرير المتعلق بالعاصفة على سبيل المثال قد يصف المحرر الصحفي المشهد الاكثر دمارا، ثم يستشهد بقول من احد الناجين او من احد عمال الطوارئ، وتسهب الفقرات الداعمة في بحث الموضوع مضيئة مزيدا من التفاصيل وموفرة معلومات عن خلفية العاصفة.²³⁴

ونجد استعمال للتصاعد البلاغي وآليات تطبيق السلم الحجاجي في النوع الثاني من قوالب كتابة الاخبار والمتمثل بقالب الهرم المقلوب المتدرج اذ يقوم هذا القالب الفني على اساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري للهرم المقلوب المتدرج، وهو بذلك يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب²³⁵ بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن اهم تصريح ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانبا من جوانب

233 ينظر الى كل من د كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الاسلامية، مصدر سابق، ص 181 - 182 ؛

فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، 344 ، Charnley, Mitchell: Reporting, p.34 ؛ Ibid.p.25

234 ديبرا بوتر، دليل الصحافة المستقلة، مكتب برامج الاعلام الخارجي، وزارة الخارجية الامريكية، 2006، ص 26.

235 د. فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص 154.

الخبر، وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر أو الشخصية التي يدور حولها الخبر لتؤكد ما سبق وشرحته الفقرة السابقة وهكذا على أن ترتب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها بحيث يبدأ بالتصريح الأهم ثم التصريح المهم ثم التصريح الأقل أهمية وهكذا²³⁶

وتعتمد بنية الخبر وفقاً لهذا القالب على عرض التصريحات التي تدلي بها الشخصيات البارزة أو المهمة في المجتمع والمسؤولين عن العلاقات العامة والناطق الإعلامي باسم إحدى المؤسسات أو المنظمات، ويحصل الصحفي على الأسئلة الستة أو معظمها من أحاديثهم، وهذا القالب هو أصل القوالب الفنية في كتابة الأخبار القائمة على سرد التصريحات، كما يحدث في المؤتمرات الصحفية أو الخطب أو الاحتفالات العامة أو البيانات السياسية، لذا يتطلب هذا النوع من الأخبار دقة عالية في التعبير البلاغي عن التصريحات، واستخدام تدرج متسلسل يربط بين المعلومات المعروضة وفقاً لما تدل عليه من مقاصد صاحب التصريح نفسه بلا لبس أو غموض، وهنا يقتضي أن يراعي التعبير البلاغي الابتعاد عن استخدام الكلمات ذات المعنى المزدوج لأنها يمكن أن تسبب إشكالات في إيصال المعلومة.

ولأن هذا القالب يختص بالتصريحات فإن أفضل استعمال للتعبير عن هذه التصريحات يكون باستخدام الفعل المحايد (قال)، ولكن ذلك لا يعني الاقتصار على هذا الاستعمال بشكل مطلق، فالضرورة العلمية تقتضي تنوع التعبير البلاغي عن طريق استخدام الأفعال المرادفة إذ يشير كل من أرثر ويمر، وديل بركس إلى كيفية توظيف مرادفات الفعل (قال) بقولهما : ربما يقع المحررون

236 Campbell Laurence.R. and Wolseley Rolande:Newsmen at Work,pp42 47

بدلالة : د. فاروق أبو زيد، و د. ليلى عبد المجيد، مصدر سابق، ص 116 - 117.

الصحفيون ناقصو الخبرة في مشكلة توظيف الفعل (قال) المعبر عن التصريحات المنقولة عن الاشخاص او وكالات الانباء ؛ اذ يكررون الفعل (قال) بشكل دائم، وقد لا يلجأ عدد من الكتاب المهرة الى التكرير، وقد يستخدم البعض الاخر - بحذر شديد - مرادفات الفعل تجنباً للرتابة، واضعين في الاعتبار الفروق الدلالية الدقيقة بين المرادفات، فلا يوجد في حقيقة الامر (وفقاً للسياقات المختلفة والاطر الدلالية) بديل للفعل (قال) ؛ لذا يجب الا يتردد في استخدامه ما دام يعبر بصورة اذق من مرادفه.²³⁷

وربما يكون استخدام الافعال المرادفة في سياقات بعينها ابلغ من حيث التنوع والتلوين الدلالي، واذق في التعبير عن بعض الاقتباسات والتصريحات ؛ لذلك يجب على المحرر عدم استخدام المرادفات غير الدقيقة والواضحة للفعل (قال) واضعاً في قاموسه اللغوي بعض الافعال المرادفة الأكثر دقة في التعبير، والفروق الدلالية الدقيقة بين هذه المرادفات ؛ اذ لا يوجد ترادف تام بين الفعل (قال) ومرادفاته، ففي احيان كثيرة تكون المرادفات اكثر تأثيراً وايحاءً وتعبيراً عن معان متباينة ومواقف مختلفة لدى الشخص المنقولة عنهم التصريحات والاقتباسات فالفعل (اعلن) والفعل (اكد) لهما ظلال دلالية ومعان ثانوية فضلاً عن معنييهما الاساسيين.²³⁸

وهناك قالب لا يستخدم الا في الاخبار المتعلقة بالقصص الانسانية او الاحداث العاطفية او الحوادث والجرائم المثيرة يسمى قالب الهرم المعتدل، ويقوم هذا القالب الفني على اساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري

237 د محمد نادر عبد الحكيم السيد، لغة الخطاب الاعلامي في ضوء نظرية الاتصال دراسة اسلوبية لغوية في نشرات الاخبار الاداعية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص 98.

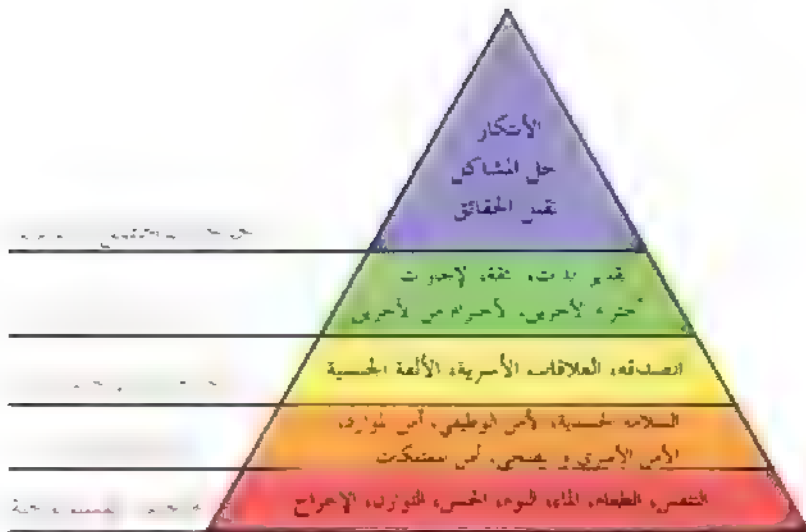
238 المصدر نفسه، ص 98 - 99.

للهرم المعتدل²³⁹ ويكون تصور هذا قالب ممدخل يمهّد لموضوع الخبر وان كان لا يحتوي على أهم ما فيه ثم يتلوا المقدمة جسم الخبر الذي يحتل جسم الهرم وبه تفاصيل أكثر أهمية في الحدث وتندرج بنا هذه التفاصيل حتى نصل الى خاتمة الخبر التي تحتل قاعدة الهرم، وفي هذا القالب يبدأ الخبر بالتفاصيل الأقل أهمية ثم يتدرج بعد ذلك ليذكر التفاصيل الأكثر أهمية حتى يفاجأ القارئ في النهاية بأهم ما في الخبر او نتيجته وذلك في خاتمة الخبر²⁴⁰، ويمثل هذا النوع من قوالب تحرير الخبر طريقة فنية قائمة على خاصية السرد معتمدة التسلسل الزمني في كتابة الحدث وكأنك تقرأ قصة، لذلك سمي لدى البعض بالقصة الإخبارية، وهنا يبرز دور التصاعد البلاغي في ترتيب افكار هذه القصة من الأدنى أهمية الى الذروة، وهو الأسلوب المتبع في كتابة القصص بمختلف أنواعها. ويتشابه قالب الهرم المعتدل في تحرير الخبر الصحفي مع تسلسل ماسلو الهرمي للاحتياجات الذي وضعه العالم الأمريكي (ابراهام ماسلو) اذ رتب الاحتياجات في شكل هرمي ذي خمس مستويات بناءً على أهميتها، والصورة الآتية توضح تدرج الحاجات عند ماسلو، فالاحتياجات الأكثر أهمية نجدها عند قاعدة الهرم²⁴¹، وهي تماثل المعلومات الأكثر أهمية او الحجج الأكثر قوة التي نجدها في قاعدة قالب الهرم المعتدل في تحرير الخبر.

239 د. فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص155.

240 د عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص143.

241 للمزيد ينظر الى : الموسوعة الحرة، ويكيديا، تسلسل ماسلو الهرمي للاحتياجات.



كما يشبه تسلسل ماسلو الهرمي قالب الهرم المعتدل في تحرير الانواع الصحفية الاخرى ومنها تحرير المقال التحليلي والتحقيق الصحفي، وكما مبين في الصورتين الاتيتين :



البناء الفني للمقال التحليلي المبني على قالب الهرم المعتدل

ويمثل الشكل اعلاه كيفية كتابة المقال التحليلي في قالب الهرم المعتدل على وفق تدرج المعلومات تصاعديا وكالاتي :

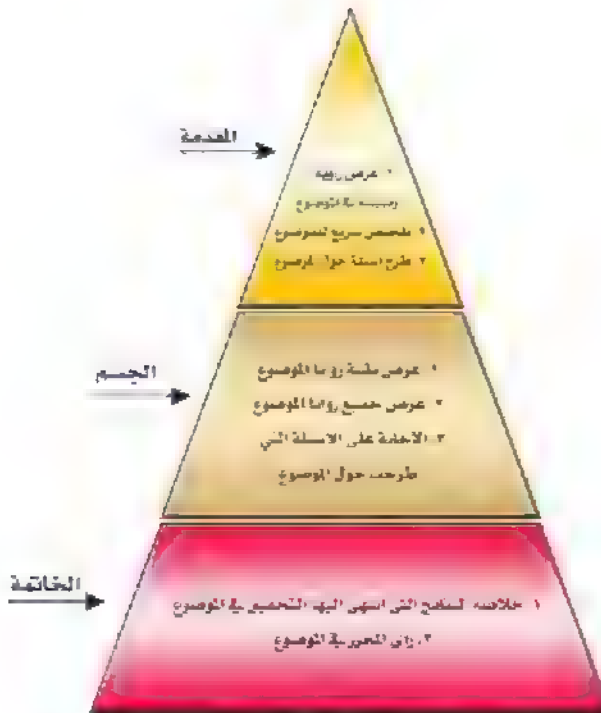
1. مقدمة المقال التحليلي: يمكن أن تحتوي على مجموعة من العناصر منها إبراز حدث من الأحداث المهمة الجارية، طرح قضية تشغل الرأي العام وتمس مصالح الجمهور، وتقديم اقتراح جديد يثير اهتمام القراء.

2. جسم المقال التحليلي : ويتضمن مجموعة من العناصر منها معلومات الموضوع الذي يناقشه المقال، وحشد الأدلة والشواهد والحجج التي تؤكد وجهة نظر الكاتب، وكشف أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة، وعرض الآراء المؤيدة، أو المعارضة لوجهة نظر الكاتب، والرد عليها

3. خاتمة المقال التحليلي : وتحتوي على مجموعة من العناصر منها خلاصة وجهة نظر الكاتب في الموضوع، واستثارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالقضية التي يطرحها الكاتب، وفتح حوار بين الكاتب والقراء، وبين الكاتب وغيره من الكتاب.

وهناك ثلاثة قوالب فنية لكتابة التحقيق الصحفي، تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل، أي أن كل قالب لا بد وأن يتكون من ثلاثة أجزاء هي: المقدمة، الجسم، الخاتمة، وهذه القوالب هي:

1. قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي.
2. قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي.
3. قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي.



قالب الهرم المعتدل المبنى على العرض الموضوعي
في كتابة التحقيق الصحفي

وعليه فأن القالبين الاول والثاني في كتابة الاخبار والانواع الصحفية الاخرى يستعمل التدرج البلاغي التنازلي من اقوى معلومة في الخبر الى اقل معلومة من حيث الاهمية، بينما يستعمل القالب الثالث التدرج البلاغي التصاعدي من معلومات اقل اهمية الى اهم وابرز حقيقة في الخبر²⁴².

242 د اكرم فرج الربيعي، التصاعد البلاغي في اللغة العربية وعلاقته بتحرير الرسالة الاعلامية دراسة في بناء نموذج اعلامي للتدرج البلاغي، مصدر سابق، ص 979.

وهذا يعني ان تحرير الانواع الصحفية يخضع لأليات السلم الحجاجي والتصاعد البلاغي من حيث التدرج في عرض المعلومات واسلوب تقديمها اذ ان اختيار المحرر الصحفي او الكاتب لأسلوب الابتداء بالعام قبل الخاص او عكسه نابع من الطريقة التي يرى فيها الكاتب الموضوع، ولكن كثيرا ما يخلق اسلوب الكتابة بالخاص قبل العام جواً قصصياً من شأنه ان يولج القارئ مباشرة الى الحدث وكأنه شاهد عيان عليه، في حين كثيرا ما يتسم اسلوب الكتابة بالعام قبل الخاص بمسحة من الرصانة ان لم نقل من توجيه مباشر، وهذا الاسلوب يناسب احيانا طبيعة الطرح الصحفي بما يفترض ان يتسم به من مباشرة وعمومية، ولعل القاسم المشترك بين الاسلوبين ان كليهما ينتهان - غالبا - بخاتمة تتسم بطابع العموم ولاسيما في تلك القصص الاخبارية التي تنطوي على تعليقات اغلبها ملاحظات تهم قطاعا عريضا من القراء.²⁴³

ومن هنا فان الاساس اللغوي الذي يعتمد في كتابة الخبر الصحفي وصياغته وتحريره على وفق القوالب المشهورة في الدراسات والكتب المنهجية الاعلامية هو اساس بلاغي اقناعي بالدرجة الاولى لأنه يعتمد اسلوب التدرج الحجاجي او التصاعد البلاغي في عرض الموضوع بالتعبير عن الفكرة باستخدام اللغة، لذلك لم تخضع كتابة الخبر الصحفي لتطور تقنيات السرد والحكي فقط، بل خضعت إلى مجموعة من الاعتبارات التي ساهمت بهذا القدر أو ذاك في ظهور أشكال وتقنيات جديدة في كتابة الخبر الصحفي اذ لا يمكن أن تروي ما جرى وما حدث في قالب خبر صحفي بالطريقة العفوية نفسها التي تروي بها السير والملاحم وبالأطناب والتسلسل نفسه الذي يكتب أو تقص به القصص الأدبية التي تجعل القارئ أو المستمع لا يعرف حقيقة ما ينقل إليه إلا عند نهاية القراءة

243 د. نبيل حداد، مصدر سابق، ص 46.

والاستماع ولا يدري أين هو الأساسي من الثانوي في القصة لأنها متداخلة بدون تمييز²⁴⁴ لذا فإن ضرورة التنوع والتجدد دفعت كتاب الأخبار والمراسلين والمحررين إلى التفتيش عن أفضل الوسائل والأساليب في صياغة الخبر بشكل يواكب التحول في الذوق العام للقراء، وفي فنون الصحافة ذاتها، ومن هذا المنطلق تعرضت الأساليب القديمة إلى هزة قوية نفضت عنها الغبار ووضعتها وجها لوجه أمام مسيرة التطور والتجدد والتنوع، فظهرت أنماط وأساليب وقوالب جديدة منها ما هو مبتدع جديد ومنها ما هو شكل متطور عن شكل قديم²⁴⁵.

فهناك شكل معدل للهرم المعكوس يعرف بهيكلية الساعة الرملية، ويبدأ هذا الشكل بالطريقة العادية وهي أهم المعلومات ولكنه ينعطف بعد بضعة فقرات ويصبح سردا يروي الأحداث عادة حسب تسلسلها الزمني²⁴⁶.

وعلى الرغم من هذا التجدد في قوالب تحرير الخبر إلا أنها ظلت خاضعة لآليات التصاعد البلاغي والسلم الحجاجي عند تحرير الخبر وصياغته أو تحريره مما يعني أن البلاغة الإقناعية لا يمكن الوصول إليها في الخبر بلا استعمال للتدرج البلاغي في عرض المعلومات والأفكار.

ومن الهيكليات الأخرى للقصة الإخبارية هيكلية تعرف ببنية الماسية، وكثيرا ما يستعمل الصحفيون الذين يستخدمون هذه البنية وسيلة تعرف بالفقرة الأساسية أو (الفقرة اللب) لتوضيح سبب أهمية القصة الإخبارية ويقول جاك هارت مدير تحرير جريدة (اوريجونيات) التي تصدر في مدينة بورتلاند : إن

244 نور الدين بلبل، مصدر سابق، ص 2

245 د. عبد الستار جواد، مصدر سابق، ص 196، ص 3.

246 ديبورا بوتز، مصدر سابق، ص 26.

الفقرات الأساسية يمكن أن تجيب عن أية أسئلة تثيرها الفقرات الافتتاحية، وتوضح سبب أهمية القصة الإخبارية وتوضع هذه القصص في سياقات ذات مغزى²⁴⁷.

وينبغي أن تأتي الفقرة الأساسية في مرحلة مبكرة من القصة الإخبارية لكي توضح للقارئ السبب الذي يدعوه أو يدعوها لمواصلة القراءة.²⁴⁸

وحتى في هذا النوع من قوالب تحرير الخبر المعروف ببنية الماسة يجد استعمالاً لآليات التصاعد البلاغي أو السلم الحجاجي لأن عملية التحرير فيه تسير بتدرج تنازلي من الأعلى إلى الأدنى، فعندما يبدأ بالفقرة الأساسية في مرحلة مبكرة من القصة الإخبارية فإن ذلك يعني أن الخبر ابتداءً من أبرز معلومة فيه وانعكف تدريجياً في عرض المعلومات على وفق مستوى أهميتها.

ويخبرنا البناء الاسطوري التقليدي للصحافة أن الأخبار هي نتاج طبيعي لعاملين هما عناصر البيئة السياسية التي توجد في أي زمن، ومحتوى الوقائع والاحداث المرئية التي تتطور داخل هذه البيئة²⁴⁹، ويسعى المحرر الصحفي إلى ترتيب الوقائع والحقائق قبل أن يبدأ بعملية تحرير الخبر الصحفي، ذلك أن ترتيب هذه الحقائق هو ما يعنيه السلم الحجاجي في مفهومه العلمي الخاص بالعلاقة التراتبية للحجج البلاغية، فقبل أن ينتهي المخبر الصحفي من مهمة جمع الوقائع (الحقائق Facts) المتعلقة بحدث معين فإنه يبدأ بالتفكير في الطريقة التي سوف يرتب فيها وينظم الوقائع والحقائق في قصة إخبارية، وقد ظهرت منذ الحرب العالمية الثانية

247 المصدر ذاته، ص 27.

248 ديورا بوت، مصدر سابق، ص 26.

249 دوريس حراير وآخرون، سياسة الأخبار وأخبار السياسة، نعريب : د. رين نجاني، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، ص 125.

دراسات كثيرة حول الطرق التقليدية لترتيب وتنظيم وتنسيق القصة الإخبارية²⁵⁰. وتنطوي بعض الأحداث والظواهر على عدد كبير من الحقائق التي يمكن صياغتها بعشرات الأخبار التي تؤدي عشرات الوظائف والأهداف المختلفة وذلك اعتمادا على كيفية تسلسل إيراد الحقائق²⁵¹.

ولهذا لا يجوز الاعتقاد بسهولة صياغة الخبر بما يتفق والوظائف المرجوة منه، كما لا يجوز إيراد تسلسل الحقائق بعفوية ومزاجية إذ إن الصحفي عليه أن يصف ما يمتلك من حقائق حول الحدث أو الظاهرة ما بين حقائق أساسية وأخرى ثانوية، ويحدد أهمية الأساسية منها وينقلها بتسلسل على انسجام مع أهميتها²⁵²، وهذا التسلسل في إيراد الحقائق هو ما نعينه بالسلم الحجاجي أو التصاعد أو التدرج البلاغي. وترتيب الحقائق وحده لا يكفي لصياغة خبر جيد وواضح وبسيط بل نحتاج أيضا إلى الأسلوب المتين الذي يربط بين هذه الحقائق ويجعلها متماسكة وذلك بالاستخدام الجيد للمفردات المعبرة ولأدوات اللغة²⁵³.

لذا فإن حشد الحقائق جميعها التي يمكن حشدها ينذر أن يؤدي إلى قصة إخبارية جيدة الصياغة تستحوذ على اهتمام الجمهور، فمن الصعب على القارئ أو المستمع فهم التقارير الإخبارية المحشوة بالمعلومات بشكل مفرط، والصحفي الذي يحاول أن يشرح كل شيء قد لا ينجح إلا في تشويش الجمهور وما تتصف

250 كورتيس ماكدوغال، مصدر سابق، ص71.

251 محمد الدروي، الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1996.

252 محمد الدروي، مصدر سابق

253 د قيس الياسري، وآخرون، فنون الصحافة، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد : جامعة بغداد،

1991، ص50

به الصحافة الجيدة هو انتقاء المعلومات الصحفية لكي يقرروا أهم ما يجب تضمينه في القصة الإخبارية والترتيب الذي يوضع فيه²⁵⁴.

فالصحفي يجب أن يدرك مقدما ان ما يحتاجه ليس هو سرد الواقعة بمعطياتها كلها وليس هو الإطناب بقدر ما هو بحاجة إلى تكثيف الواقعة في حدود الفهم والإيضاح، ولا بد من أن يحدد بالضبط الحيز الذي يجب أن يتحرك فيه قلمه والأوضاع في الاسترسال والسرد²⁵⁵.

وعليه يقتضي التدرج البلاغي الذي يستخدم (طريقة عرض المعلومات بصورة تنازلية من ابرز معلومة الى اقل معلومة من حيث الاهمية)، أن يرد لب الخبر أو الحقيقة الأكثر أهمية في الجملة الأولى من الخبر، ومن ثم تدور الحقائق الأخرى حولها، ويفقد الخبر صفته بازدياد الوصف التوجيهي أو التقييمي غير الضروري لإبراز الحقيقة أو الحقائق الأساسية وتثبيتته²⁵⁶.

ويرى د. إجلال خليفة أن من السهل على المحرر الصحفي تحرير الخبر بعد ترتيب حقائقه وفقا لأهمية هذه الحقائق، وان لا ننسى الدقة في مراجعتنا للخبر بعد تحريره للتأكد من أن كل حقيقة جاءت في موقعها من مقدمة حتى آخر حقيقة تضمنها بهائته²⁵⁷. ولتحديد الحقائق يمكن لإدارة الاخبار ان تأخذ اشكالا كثيرة، فمثلا عند معرفة توقعات المحررين لأنماط معينة من الروايات مثل تلك التي تحوي عناصر واضحة

254 ديورا بوتو، مصدر سابق، ص23

255 قيس عبد الحسين الياسري، وحמיד جاعد محسن، مصدر سابق، ص9.

256 محمد الدروبي، مصدر سابق

257 د. إجلال خليفة، مصدر سابق، ص133.

للعواطف الانسانية، يمكن ان يقوم استراتيجيو الاتصال بعمل روايات من هذه الانماط ثم يلفتون اليها انظار المحررين²⁵⁸.

وتتساءل د. جيهان رشتي في محور ترتيب الحجج الاعلامية عن أي الحجج اكثر فاعلية التي تقدم في اخر الرسالة الصحفية ؟، وتضيف : لكي نرد على هذا السؤال يجب ان نميز بين حالتين : الاولى في الرسالة التي تؤيد وجهة نظر معينة اذ يجب ان يقرر القائم بالاتصال ما اذا كان سيقدم حججه الاساسية في البداية ام يحتفظ بها للنهاية، والثانية : حينما يقدم القائم بالاتصال الجانب المؤيد والمعارض للموضوع ؛ فأى الجوانب سوف يؤثر على الرأي الذي يقدم اولاً ثم الذي يليه.²⁵⁹

وحينما نقدم جانبا واحدا فقط للموضوع هل نضع الحجج الاقوى في البداية ام نقدمها في النهاية ؟، فالرسالة التي تحتجز اقوى وأهم الحجج حتى النهاية يشار اليها على انها تستخدم ترتيب الذروة أو تؤمن بأن تأثير ما يقدم في النهاية (recency) اقوى، اما الرسالة التي تقدم الحجج الرئيسة في البداية والحجج الاضعف في النهاية فهي تتبع ترتيب عكس الذروة أي تقدم الحجج الرئيسة في البداية (Primacy)، اما حينما نقدم جانبي الموضوع على التوالي، هل يتمتع الجانب الذي يقدم اولاً بميزة على ما يليه ام ان العكس هو الصحيح ؟، فقد اظهرت الابحاث القديمة وبالأخص دراسة الباحث (لاند) سنة 1925 اننا حينما نرتب حججا متعارضة او مختلفة عن موضوع كان محورا للجدال والنقاش، فإن الحجة التي تقدم اولاً، اذا تساوت العوامل الاخرى، يحتمل ان يكون لها تأثير اكبر على المتلقي، وقد ساد هذا الاعتقاد مدة طويلة ومازال عدد

258 درويس جرابر، سياسة الاخبار واخبار السياسة، تعريب : د. رين نجاتي، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، ص135

259 د. جيهان احمد رشتي، مصدر سابق، ص495.

ليس قليل من الباحثين يؤمن به على الرغم من ان نتائج الباحث (لاند) لم تبق طويلا دون تحد، فخلال الاربعين عاما ظهرت مجموعة من الدراسات التي تناولت الفاعلية النسبية للحجج التي تقدم في البداية او في النهاية، فقد تناول (هوفلاند) وزملاؤه هذه المشكلة بالدراسة وكرروا بعض تجارب الباحث لاند، كما صمموا عددا من التجارب الجديدة الخاصة بهم ونشروا نتائجها سنة 1957، ولم يستطع اولئك الباحثون اثبات القانون الذي يقول ان ما يقال اولا يصبح دائما اكثر فاعلية في الاقتناع، ولهذا بدأ الباحثون في فحص الاسباب التي جعلت الباحث (لاند) يتوصل الى نتائجه، فوجدوا ان من تلك الاسباب ان لاند كان مدرسا وكان افراد العينة التي اجري عليها التجربة من طلبته، ولذلك فأى شيء كان يقدمه اولا كان يقبل كحقيقة، وهناك احتمال ان يكون الطلبة قد خضعوا ظاهريا بدون ان يتقبلوا فعلا ما يقوله استاذهم، لأن ذلك الاستاذ سيمنحهم درجات في نهاية العام الدراسي.²⁶⁰

وهنا يبرز تساؤل يفرض نفسه هل توقف الباحثون عند الآراء التي طرحها الباحث لاند في ترتيب الحجج الاعلامية ؟

الجواب بالتأكيد لا، فقد تساءل هوفلاند وزملاؤه هل هناك اختلاف بين الخضوع والتقبل الحقيقي للحجج او الالتزام بها ؟، وفي ضوء هذا التساؤل قام هوفلاند وزملاؤه بتجارب جديدة لقياس دور الالتزام في تحديد تأثير ترتيب الحجج، وطلب الباحثون من عينة من الطلبة ان يكتبوا فقرات قصيرة ويوقعوا عليها واحيطوا علما بأنها ستظهر في نشرة توزع على زملاؤهم واصدقاؤهم، وحينما سبق هذا الالتزام عملية الكتابة كان تغيير الاتجاه، نتيجة للتعرض للرسالة اقل من الذي ظهر في الجماعة الاخرى التي لم تلتزم، كما ان الالتزام جعل افراد العينة اقل استعدادا لتقبل وجهة النظر المعارضة فيما بعد، ومعنى

260 د. جيهان احمد رشتي، مصدر سابق، ص 495 - 497.

هذا انه من العوامل التي تعاون الحجة التي تقال اولاً وتجعلها مؤثرة تكمن في ان يحدد الملتقي موقفه علانية.²⁶¹

وفي طريقة (الـوول ستريت جورنال) التي تشبه طريقة المعراجي المستندة الى صيغة الهرم المقلوب نجد استخدام لآليات السلم الحجاجي ولكن بأسلوب اخر ينسجم مع طبيعة الموضوع الذي يتناوله الخبر اذ لا تعني طريقة (الـوول ستريت جورنال) هنا ان على الكاتب ان يبتدأ قصته عند بداية الحدث اذ غالباً ما تكون ثمة حاجة الى فقرة انتقالية او اكثر لإرساء مشهد من القصة مال اليه الكاتب فاجتذبه لدرجة ان اتخذ منه زاوية للانطلاق منها لعرض قصته، وهنا يستخدم المحرر الصحفي مبدأ العزل والاختيار لان طريقة الـوول ستريت جورنال تستخدم حين يتعامل المحرر الصحفي مع حدث معقد او درامي.²⁶²

التعبير البلاغي المطلوب في كتابة مقدمة الخبر

ينبغي ان يحقق التعبير البلاغي الحجاجي في كتابة مقدمة الخبر الصحفي شروطها اذ تحتل المقدمة اهمية كبيرة في البناء الفني للخبر الصحفي، فهي تشترك مع العنوان في جذب القارئ الى الخبر ودفعه الى متابعته حتى النهاية.²⁶³

ومن هنا يجب ان يأخذ التعبير البلاغي الحجاجي بنظر الاعتبار ترتيب عرض المعلومات بصورة متدرجه تمهد لموضوع الخبر عند صياغة مقدمته، فضلاً عن مراعاة ما يأتي :

1. ان يساهم في جذب اهتمام القارئ أو المستمع أو المشاهد للخبر:

وهذا يعني ان يكون التعبير مشوقاً، ويتحقق ذلك باختيار الكلمات وتراكيب

261 د. جيهان رشتي، مصدر سابق، ص 497.

262 د. نبيل حداد، مصدر سابق، ص 57.

263 د. فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص 159.

الكلام الفعالة التي تحقق الغرض المطلوب، وهنا ضرورة التمييز بين جذب الاهتمام واثارة الانتباه فلكل من هذه الاهداف طريقة في التعبير.

2. أن يتضمن الكلمات والجمل التي تشد القارئ والمستمع والمشاهد إلى متابعة الخبر وتدفعه الى متابعة قراءة الخبر حتى نهايته، وهنا يتعلق التعبير البلاغي بإثارة انتباه المتلقي، لان شدة الى الخبر لا يتم بدون اثاره انتباهه، وهي وظيفة يؤديها العنوان الصحفي.

3. أن لا يكون التعبير مزدحماً بالمعلومات والآراء و الأحداث مما قد يشتت الذهن، وهنا يجب ان يكون التعبير البلاغي مركزاً ومحدداً بالمعلومة على وفق السلم الحجاجي الخاص بترتيب الحقائق، ونوع القالب الفني في تحرير الخبر.

4 . ان يكون التعبير موجزاً ومختصراً لان المقدمة يجب ان لا تكون أكبر من الخبر أو حجمه، وعليها ان تجيب عن بعض من الأسئلة السبعة المعروفة (من، متى، أين، لماذا كيف، ماذا، و كم)، أي ان تكون المقدمة قصيرة وان تطبق القاعدة الذهبية التي تقول : اكبر كمية من المعلومات في اقل عدد من الكلمات.

5 . ان يركز التعبير في المقدمة على الوقائع والمعلومات والبيانات وان يتجنب الوقوع في ابداء الرأي.

6 ان يكون التعبير البلاغي في المقدمة ملائماً لمضمون الخبر، فلا يمكن كتابة مقدمة ضاحكة او هزلية لموضوع جاد قد يتعلق بسقوط طائرة و وفاة العديد من ركبها.²⁶⁴

وتصبح المقدمة نموذجية اذا اقترن التعبير البلاغي بالإجابة الدقيقة والمختصرة عن الاسئلة الستة في الخبر والتي تصنع خبراً كاملاً، ولكن

264 د. فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص159.

ليس شرطاً أن تجيب المقدمة عن الاسئلة الستة جميعها، بل يكفي أن تجيب عن أهمها فقط، والشرط الذي ينبغي مراعاته في هذه الحالة هو ضرورة الموازنة والمفاضلة بين الأهم والمهم، فقد يكون المهم في خبر ما الإجابة عن السؤال : من ؟ أو لماذا ؟ أو متى ؟ أو أين ؟، ولكل من هذه الاسئلة وغيرها مكانه واستخدامه بشكل دقيق ومحدد، وفقاً لما ينطوي عليه كل سؤال من هذه الاسئلة من أهمية للمتلقي.²⁶⁵

كما ينبغي مراعاة الأمور الآتية في التعبير البلاغي أثناء صياغة الخبر منها أن تعرض عناصر الخبر في فقرات قصيرة وواضحة، وأن تكون الجمل قصيرة، وأن تستعمل كل جملة عنصراً مستقلاً عن الكل، وأن تعالج كل فقرة جزءاً مستقلاً عن الكل، وأن يتميز العنصر الرئيس من العنصر الثانوي في كل خبر.²⁶⁶

فاذا أراد المحرر الصحفي أن يتميز في كتابة الخبر الصحفي فعليه أن يكون متميزاً في اختيار الكلمات التي تعبر عن الحدث بقوة وبأسلوب خاص، بعيداً عن التقليد أو التشبه بأحد، وأن يحدد صيغة معينة يكتب بها الخبر الصحفي، بحيث تتميز بالجاذبية والمتعة وجعل القارئ يبحث عنها ليقرأها في كل مرة، ولكي يصل المحرر الصحفي لهذه المرحلة عليه أن يجعل الخبر الذي يكتبه شاملاً لكل أجزائه، وأن يكون التعبير مثيراً ومشوقاً، فبدون هاتين الكلمتين لن يكون هناك متعة، فالإنسان بطبعه يبحث عن كل ما هو جديد ويثير اهتمامه ويجعله يخرج بخياله قليلاً من التكرار والتعقيد، لذا يجب أن يكون أسلوب صياغة الخبر سهلاً ومتميزاً، وأن تكون الأفكار في الخبر منتظمة حتى يتسنى للجمهور فهم تسلسل الأحداث، ويتحقق ذلك باستخدام اليات التدرج البلاغي في السلم الحجاجي

265 د. كرم شلبي، مصدر سابق، ص 190.

266 نور الدين بلبل، مصدر سبق ذكره

عن طريق عرض المعلومات اما تصاعديا او تنازليا على وفق القالب التحريري الذي يناسب الموضوع.

استخدامات التدرج البلاغي في مواد الرأي

من الملاحظ على مواد الرأي ان هناك استعمالا لآليات التدرج البلاغي والسلم الحجاجي في تحرير نصوص الرأي من الانواع الصحفية الاخرى التي صنفها مراجع عربية واجنبية الى انواع على غرار الافتتاحية، الزاوية، التعليق، وغيرها، فهذه التسميات لا تغير شيئا في بنية النص، اذ تبقى نفسها، بينما يتغير المضمون وكذلك الاسلوب بحسب الكتاب فنصوص الرأي تعبر عن آراء كتابها ولكن في شكل غير مباشر، وهي تنطلق كما في كل موضوع صحفي من مشاهدات الكاتب مما رآه، سمعه، الخ، أي انها تتبع مراحل انتاج الموضوع الصحافي حتى مرحلة اختيار النمط، وهؤلاء تنوع اهتماماتهم (سياسة، اقتصاد، اجتماع، الخ)، وطرق معالجتهم للموضوع، اذ منهم من يستخدم السخرية ومنهم من يلجأ الى السجع، وبعضهم الى ما يشبه الشعر، وقد يصل كاتب المقال حينما يكتب بشكل منتظم الى مرحلة يصبح فيها معروفا من اسلوبه، بل احيانا من خلال عبارات يستخدمها دائما، وفي مطلق الاحوال يكون نص الرأي اكثر فاعلية اذا اوصل الرأي من خلال التحليل، أي من خلال تسلسل المعلومات والحجج²⁶⁷.

ويقوم نص الرأي، أي المقال عموما، سواء طال او قصر، مهما كان مضمونه واسلوب كتابته على سلسلة تتضمن استنتاجات الكاتب والمعطيات التي تستند اليها، وتقدم هذه السلسلة في قالب نصي يلامس الادب لجهة الجمل وطريقة التعبير عن المعنى، ويفترض في هذه السلسلة ان تدفع القارئ الى متابعتها وصولا الى ذروتها في نهاية النص، حيث يكون الرأي المحوري الذي يريد الكاتب

267 احمد زين الدين، التحرير الصحفي دليل عملي، ط1، دار الحياة، بيروت، 2008، ص92.

ايصاله، ويتبع المقال في هذه السلسلة بنية الهرم المستقيم لأنه يترك المعنى الاهم الى النهاية²⁶⁸،

وتختلف المقالة الصحفية من ناحية الأسلوب عن المقالة الأدبية والمقالة العلمية، تبعاً لاختلاف الموقف الكتابي المحيط بكل منهما، فالكاتب الصحفي معني بالمجتمع، وتصوير واقعه، ومعالجة قضاياها، والكشف عن تطلعاته. في مقابل الكاتب الأدبي الذي يعني بالتعبير عن نفسه أو العلمي، الذي يهتم بتجلية الحقيقة العلمية، فالمقال يتكون من لبنات يتشكل منها جوهر بنائه، ويتحقق من مجموعها هيكله العام، وهي تنفق إلى حد كبير مع عناصر الفنون الأدبية الأخرى، التي لا مناص في تكوينها الفني من ارتدادها إلى تجربة أدبية، بكل ما تقوم عليه تلك التجربة من قيم شعورية وتعبيرية، وما يجب أن يتحقق فيها من خصائص معنوية وفنية وكالاتي:²⁶⁹

أ- المادة الأدبية الثقافية: وهي الخبرات النفسية والعواطف والتجارب المستفادة من أحداث الحياة العامة وبيئة الكاتب، أو النابعة من داخله، والمعارف الإنسانية والمعلومات والآراء التي تتكون لدى الكاتب من التراث الإنساني في شتى نواحي الحياة السياسية والاجتماعية والعلمية والفلسفية، أو ثقافة العصر وتياراته الفكرية المتعددة؛ إذ يتفاعل الكاتب مع هذه الأشياء ويتخذها مصادر معرفته الواسعة.

ب- الأفكار: هي الحقائق الفكرية المتعلقة بموضوع المقال، أو العناصر المعنوية الخاصة التي من لبناتها يقيم الكاتب محاور المقال وتتآزر في تشكيله الفكري، وبقدر ما يتاح للكاتب من خصب الفكر وعمق النظرة لموضوعه، يتحقق لديه الاقتناع به، وتتردد أصداؤه في ثنايا الجوانح؛

268 المصدر نفسه، ص 93.

269 في كتابة المقال (الدروس 1 6)، مشور على الموقع، www.mediumd.com

فتذكي لديه الإحساس به والتفاعل معه بوجدانه؛ على نحو يمكنه من إثارة الفكر وتحريك المشاعر والأحاسيس، تجاه ما يهدف إلى معالجته في المقال.

ج- الأسلوب: عندما يتحقق لدى الكاتب الرغبة والقدرة على تدبيج مقاله تتبلور أبعاده في نفسه؛ فإنه يحتاج إلى وسيلة تعبيرية تفصح عما في نفسه، وأسلوب ينقل للمتلقي أفكاره ومعانيه، وصورة تجسد أفكاره ومضامينه وتجسم تصوراتهِ وخيالاته في صورة لفظية معبرة.

خطة تكوين المقال الصحفي عبر التدرج البلاغي:

تقوم هذه الخطة على المقدمة والعرض والختام؛ فالمقدمة تتألف من معارف مسلم بها لدى القراء قصيرة متصلة بالموضوع مُعينة على فهمه بما تعد النفس له، وما تثير فيها من معارف تتصل به، أما العرض أو صلب الموضوع فهو النقطة الرئيسة، أو الطريقة التي يؤديها الكاتب سواء انتهت إلى نتيجة واحدة أم إلى عدة نتائج هي في الواقع متصلة معاً، وخاضعة لفكرة رئيسة، ويكون العرض منطقياً مقدماً الأهم على المهم مؤيداً بالبراهين، قصير القصص والاقتباس، متجهّاً إلى الخاتمة؛ لأنها مناره الذي يقصده.²⁷⁰ وبذلك تخضع عملية تحرير مواد الرأي وصياغتها وخصوصاً المقال الصحفي لآليات التدرج البلاغي والسلم الحجاجي في ترتيب الحجج والوقائع لتحقيق الاقناع بالرأي الذي تقدمه.

وعليه فإن عملية التدرج البلاغي في عرض المعلومات على وفق مراحل القوالب الفنية لتحرير الانواع الصحفية تعني التركيز في الاسناد اذ حرصت البلاغة العربية على ايلاء الاسناد عناية خاصة لما له من اثر مهم في تحسين تلقي النصوص، فالحقيقة الاسنادية هي جهد عقلي يلجأ اليه منتج النص لأغراض كثيرة لعل اهمها توجيه المتلقي الى مراتب الكلام على وفق ما يقتضيه الخطاب

270 فن كتابة المقال، مصدر سبق ذكره

في توجهه نحو المتلقي من تقديم أو تأخير، أو استناد الفعل لغير فاعله أو تغيير في مواقع الكلمات لغاية أحداث هزة لجذب المتلقي.²⁷¹

التدرج البلاغي والسرد في الانواع الصحفية

بما ان الانواع الصحفية توصف بأنها نصوص سردية في بناءها، لذا فإن ترتيب المعلومات وتدرجها في أي نوع من هذه الانواع سواء كان خبرا أو تقريرا أو تحقيقا أو مقالا أو حديثا يعتمد بالدرجة الاساس على اليات السرد ومفهومه، اذ يقوم النص السردى على بنية ثلاثية:²⁷²

1. وضع البداية : هو قسم من أقسام النص السردى ذي البنية الثلاثية يحوي عادة معلومات أولية عن إطارين : مكاني وزماني، تدور فيهما الأحداث وتقدم من خلاله شخصية أو أكثر من شخصيات النص.

2. سياق التحول هو جملة من الأحداث التي تكون جوهر القصة وتكون متسلسلة متتابعة تربط بينهما روابط لغوية مثل الفاء والواو وقرائن زمنية مثل: ذات صباح، وبعد ذلك، في الغد.

ويربط بين وضع البداية وسياق التحول حدث يسمى الحدث القادح، وقد يكون التحول من وضع البداية إلى سياق التحول متدرجا، وقد يكون فجئيا فتستعمل فيه مفردات وعبارات تدل على المفاجأة مثل : فجأة، بغتة، ما إن.... حتى، بينما، لكن...، اما العقدة فهي اللحظة التي تتأزم فيها الاحداث ثم تنفرج من بعد لأسباب عديدة.

271 د محمد رضا مبارك، استقبال النص عند العرب، المؤسسة العربية للدراسات والشعر، بيروت، 1999، ص255

272 تعليمية الانتاج الكتابي، العلاقة بين المكتوب والقراءة،

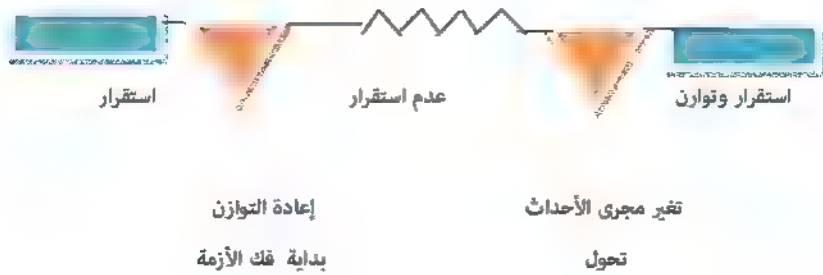
www.s370609782e88d060.jmcontent.com، تاريخ الدخول للموقع، 24 11 2015.

3. وضع الختام : هو الوضع الذي تؤول إليه الأحداث في نهاية القصة، وتستعمل لوضع الختام عادة عبارات مثل : وفي النهاية أو أخيرا أو عبارة تنبئ بالانفراج أو الاختتام.

البنية الخطية للنص السردى :

تكون الأفعال المسرودة مطابقة في النص مع نسق تتاليها في الواقع، وعليه يعتمد السرد في مثل هذه البنية الخطية على أدوات عطف تفيد نتيجة الفعل السابق(ف) أو الترتيب (ثم)، وهو مانجده عند تحرير أي نوع من الانواع الصحفية على وفق التدرج في عرض المعلومات والوقائع والحجج.

ويمكن تجسيم هذه البنية السردية كما يأتي :²⁷³



273 تعليمية الانتاج الكتابي، مصدر سابق.

البنية السردية الثلاثية :

وضع البداية	معلومات أولية عن الإطارين المكاني و الزماني اللذين تدور فيهما الأحداث
	تقديم شخصية أو أكثر
	تقديم معلومات عن أوضاع الشخصية أو الشخصيات
	حوار باطني عن مشروع من مشاريع الشخصية
	حوار بين شخصيتين عن موضوع من المواضيع
سياق التحول	حدث قادم يخل بالتوازن الذي كان يتصف به وضع البداية
	وقوع حدث يزيد في تدهور الوضع
	وقوع أزمة بين في الأحداث
	وقوع حدث أول لعلاج الأزمة ← فشل في علاج الأزمة أو نجاح الجزئي
	وقوع حدث ثان لعلاج الأزمة ← الفشل
وضع الختام	وقوع حدث ثالث لحل الأزمة
	العودة إلى وضع البداية
	أو الوصول إلى نهاية مأساوية أو سعيدة أو ساخرة أو مضحكة
	أو التلميح إلى تغيير ما حصل في مواقف الشخصية المعنية

بنية النص السردية الخماسية

زمن ما قبل التحول	زمن التحول			زمن ما بعد التحول
وضع أولي أو توازن أولي	قدح الفعل	صميم الفعل	مآل التحول	وضع نهائي أو توازن ثان

الفقرة السردية

- يتألف كل نص سردي من مجموعة من الفقرات تعكس تطور النص وتقدم الأحداث فيه تعرف الفقرة السردية بعلامة يدل عليها السطر الأول.
- تستعمل الفقرة السردية لرواية أحداث.
- من مميزاتها تسلسل الأحداث فيها واحتوائها قرائن زمنية وروابط لغوية تربط بين الأحداث.

القرائن الزمنية : من قبيل : يوم الأحد، أثناء ذلك، في الصباح.....
الروابط اللغوية : و، ف، ثم، لكن، حتى، إذ...

النص السردى المكتمل

1. حدد المعطى والمطلوب : أنقل ما شاهدته وما سمعت وكيف انتهت الحادثة.
 2. حدد الإطارين الزماني والمكاني.
 3. الرصيد المعجمي :
- هب، هرع، أنجد، قصد، تقلب الموج، أمسك بالغريق، انتشل، شق العباب، الجموع، أرهق، تعب، أنقذ، أسرع، تراحم، دوى، نقل، أسعف، تشبث، استعان.

ويتبين من الأبعاد الثلاثية للسرد وفقراته ورسومه التوضيحية أنه يعتمد على مبدأ التدرج في السرد، وهو ما تعتمد عليه الأنواع الصحفية في قوالب تحريرها، فهذه الأنواع تعتمد في تحريرها على اللغة المباشرة إذ أن التمييز بين الكلام المباشر وغير المباشر أمر معروف، فقد لوحظ هذا الشكل في السرد وخاصة في الرواية، شكل فيه السياق والتركيب الشامل هو الكلام المباشر، وهو منهج يستخدمه الروائيين بإصرار، وله نكهته الخاصة المميزة.²⁷⁴

ولكي ينجح السرد عليه أن يراعي "الفصاحة"، أي الإفصاح عن مقتضى الحال، الذي هو الإبانة الفائقة عن المعنى المرجعي للخطاب، ولتوضيح القصد من كل ذلك، أستعين بحانب من التركة الاصطلاحية العربية للفصاحة فـ "الفصاحة السردية الجديدة" لا تقوم على اللغة بذاتها إنما على قوة التمثيل، إذ تكون اللغة عنصراً في منظومة أشمل للتمثيل العام.²⁷⁵

ويراد بالفصاحة سلامة الألفاظ من اللحن، والإيهام، وسوء التأليف، وذلك هو البيان عن المقاصد بألفاظ دقيقة، والفصيح هو الطليق في القول، والقادر على استخدام الألفاظ القادرة على إظهار المعاني، وقد اشترط العرب لفصاحة الكلمة: خلوها من تنافر الحروف، ومن غرابة الاستعمال، ومن مخالفة القياس، ومن الكراهة في السمع. أما فصاحة الكلام فتشترط فصاحة كلماته المفردة، وعدم تنافرها مجتمعة، وقوة التأليف فيما بينها، وخلوها من التعقيد اللفظي والمعنوي، وتجنب تكرار الكلمات، والابتعاد عن الإضافات المتتابعة والمتداخلة، وهي الشروط نفسها لفصاحة الخطاب المكتوب، وإذا تحقق كل ذلك يكون الخطاب بليغاً، لأن البلاغة، هي: الوصول إلى المبتغى والكشف عنه، أي أنها

274 كراهام هاف، الأسلوب والأسلوبية، ترجمة: كاظم سعد الدين، دار افاق عربية، بغداد، 1985، ص45.

275 د عبد الله إبراهيم، الفصاحة السردية الجديدة، حريدة الرياض اليومية السعودية، العدد: 16707

في 22 - مارس - 2014.

القدرة على بلوغ المعنى المرجعي بأفضل الاحتمالات الممكنة، وفي العربية تترادف الفصاحة مع البلاغة، وبهذا فالفصيح هو البليغ في قوله، لأن قاعدة البلاغة هي الإبلاغ، والعالم الافتراضي للسرد بحاجة لمن يبلغ عنه بطرق جديدة، أي بتمثيل سردي يستثمر إمكانات اللغة العربية، لكنه يضع في حسابه ابتكار عالم مواز للواقع يفوقه قدرة على الإحياء والدلالة، تلك هي وظيفة السرد الجديد.²⁷⁶

التدرج البلاغي وعلاقته بأسلوب صياغة الانواع الصحفية

يحتاج تحرير أي نوع من الانواع الصحفية سواء كان خبرا او تقريرا صحفيا او مقالا او تحقيقا او حديثا صحفيا الى اسلوب لصياغته، مما يعني حاجة النص الصحفي الى بلاغة اسلوبية فبدونها لا يمكن ان تتحقق الغايات الاتصالية للرسالة الاعلامية بالكامل.

ولم تأت هذه العلاقة الوثيقة بين التدرج البلاغي والتدرج الاسلوبي في صياغة أي نوع من الانواع الصحفية من فراغ، بل تعود الى طبيعة العلاقة الوثيقة بين البلاغة والاسلوب والاسلوبية، اذ تبدو البلاغة والاسلوبية متصلتين بحسب الميكان الذي تعملان جميعا في إطاره²⁷⁷، كما يظهر مفهوم الاسلوب اكثر ارتباطاً بالبلاغة منه بفن الشعر²⁷⁸، ولا يبدو ثمة سبب خاص بذلك ما عدا اعتبار

276 د. عبد الله إبراهيم، الفصاحة السردية الجديدة، مصدر سابق.

277 إبراهيم بن عبد الله السماعيل، المقاربة بين البلاغة والاسلوبية، المحاضرة الثانية عشرة، كلية اللغة العربية، مقرر تأريخ البلاغة، المستوى الاول، 28 - 1 1433 هـ www.DrIbrahim.

278 كراهم هاف، الاسلوب والاسلوبية، ترجمة : كاظم سعد الدين، دار آفاق عربية، بغداد، سلسلة كتب شهرية، كانون الثاني 1985، ص19.

الاسلوب جزءاً من صناعة الإقناع، وبذلك فإنه يجري نقاشه عموماً تحت موضوع الخطابة.²⁷⁹

ومن هنا تصبح البلاغة في الدرس اللغوي الحديث جزءاً لا يتجزأ من الدرس الأسلوبي، والأسلوبية هي امتداد للبلاغة تشكلت عبر تاريخ الدرس اللغوي، والبلاغة بعلمها الثلاثة - البيان والمعاني والبديع - تكون مظهراً من المظاهر الأسلوبية - إن لم يكن أهمها - مقارنة بالمستوى الإيقاعي والمستوى النحوي مثلاً.

وهناك من عدّ الأسلوبية بلاغة حديثة؛ فالبلاغة في خطوطها العريضة تكون فناً للكتابة وفناً للتأليف (فن لغوي وفن أدبي)، وهما سمتان قائمتان في الأسلوبية، ونستطيع أن نجمل العلاقة بين الأسلوبية والبلاغة بالآتي:²⁸⁰

1. يتفق موضوع البلاغة مع موضوع الأسلوبية في دراسة النص، فهما يبحثان الجوانب التعبيرية والفنية المختلفة في الخطاب، وكذلك لا يغفلان الجوانب النفسية.
2. نشأت البلاغة والأسلوبية من علم اللغة (اللسانيات) وارتبطت به.
3. إن بعض المفاهيم البلاغية تستخدم في التحليل الأسلوبي، ويمكن لبحوث بعض البلاغيين - كعبد القاهر الجرجاني مثلاً - أن تلتقي مع بعض التوجهات الأسلوبية من حيث التركيز في التحليل على العلاقات السياقية والإيحائية والاستبدالية في النصوص.

279 المصدر نفسه، ص 19.

280 بتول سبيت السهلي، البلاغة والأسلوبية، بلاغة 2، مواقع أعضاء هيئة التدريس، جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز، <https://faculty.psau.edu.sa/b.alsahali/course/cr0000004194>، ص 4 5.

4. إن علم الأسلوب يستثمر منطقة كبيرة من البلاغة تتصل ببحوث بنية التراكيب في علم المعاني، وتحليلات المجاز في علم البيان، وبحوث الصياغة في البديع، ولهذا دأب دارسو اللغة والنقاد والأسلوبيون على دراسة وتحليل تلك المباني اللغوية التي يرتكز عليها كل مبدع في عملية إبداعه، فالصور الناتجة عن تلك العلوم تحقق ذاتية المرسل الذي يرى فيها حقيقة نفسه ومشاعره وأحاسيسه.

5. تفترض كلاً من البلاغة والأسلوبية حضور المتلقي في العملية التحريرية للنص ويؤكد منذر عياشي أن أهم نقاط الالتقاء بين البلاغة والأسلوبية هي النص الأدبي، فكلاهما يهتم بتحليل النص الأدبي واستجلاء جمالياته حتى يمكن أن نقول أن الأسلوبية هي الوريث الشرعي للبلاغة، ويبرز فيرو هذا الازدواج مطابقا بين مجال العمل الأسلوبي ومحتوى التفكير البلاغي القديم، ووصل إلى أن موضوع كليهما : فن الكتابة وفن التركيب وفن الكلام وفن الأدب²⁸¹، ونضيف إليها الفن الصحفي فهو يضم فن الكتابة وفن التركيب وفن الكلام. وتلتقي البلاغة والأسلوبية من حيث المفهوم إذ أن مفهوم الأسلوب يعني مناسبة كلام المخاطب لأقدار سامعيه، وذلك ما دعا إليه علماء البلاغة في مطابقة الكلام لمقتضى الحال.

ويمتاز الخطاب الصحفي باهتمامه على بؤادر إخبارية تواصلية تترتب وفق طبيعة مؤانسة يقوم بها المحرر الصحفي ويفسرها المتلقي، وقد أشاد ميكائيل ريفاتر بدور المتلقي الذي يسهم من وجهة نظره في كشف وتحديد الوقائع الأسلوبية المرتبطة بعملية التلقي انطلاقاً من قوله: لا دخان بدون نار، إذ يتداول

281 منذر عياشي، الأسلوبية وتحليل الخطاب، مركز الإنماء الحضاري، حلب، 2002، نقلاً عن :

الضماني بالمعلن أي جهات الكلام نتيجة لمثير في النص، ففي كلامه عن موضوع إجراءات التحليل، ذهب ريفاتر إلى أن دارس الأسلوب يسجل ملاحظات عن ردود فعل المتلقي مستخدماً إياها على أنها مجرد مؤشرات لعناصر لها أثرها في البنية، وقد أحاط عبد القاهر الجرجاني بهذا المكتنف البلاغي الذي يتمخض عن إنتاج الأساليب والعبارات، وبذلك يستوي عبد القاهر مع ريفاتر في طلبهما معا بذل الاجتهاد من قبل المتلقي بغية التوصل إلى تحديد العلامات المشفرة في النص، والتركيز على القارئ المتحكم في مهارة الاستقراء إذ يجب مراعاة كل كلمة وفق مرجعياتها المعجمية، ويحث عبد القاهر المتلقي على اقتفاء أثر المعاني والدلالات المخبأة بين العروض البلاغية والأسلوبية التي تنهض لا متناهية بين ظلال العبارات، فالصياغة البلاغية تعني في بعض ما تعني إعادة تشكيل حالات المتلقي العاطفية وبخاصة التعبير عما قد يصاحبه من تأثير أو لذة أو حالة انفعالية.²⁸²

لذا تقترن البلاغة بدعائم الأسلوبية المستندة على ركائز اليقظة في اختيار الكلمات، والدقة في التعبير، والتعويل على مهارة الكاتب في معالجة موضوعه، وحساسيته البالغة في الوصول بصياغته إلى ما يريد أن يصل إليه من حقائق، أو يبلوره من أفكار. وتهتم الأسلوبية بالسياق للإحاطة بالدلالة، فالسياق وحده هو الذي يوضح لنا ما إذا كانت الكلمة ينبغي أن تؤخذ على أنها تعبير موضوعي صرف، أو أنها قصد بها أساساً التعبير عن العواطف، والانفعالات وإلى إثارة هذه العواطف والانفعالات، لذا تعد البلاغة إلى جانب علم اللغة والنقد الأدبي من روافد الأسلوبية، وبذلك تكمن البلاغية إذن في التلازم بين الحجاج والأسلوب أو بين

282 محلة نزوى، الدلالات الأسلوبية والبنوية بين عبد القاهر الجرجاني وميكائيل ريفاتر، العدد الثامن

والسبعون، 9 - 12 - 2015، www.nizwa.com.

التخييل والتداول أو بين الإقناع والإمتاع، وهو المبدأ الذي حضر في تراثنا البلاغي بصيغ مختلفة؛ تجده عند ابن جني وعبد القاهر الجرجاني والسكاكي وحازم القرطاجاني وغيرهم ممن رأوا في المقومات الأسلوبية أغراضا ومعاني وفوائد يجنيها المتلقي، على نحو ما تجده في الإبداعات الأدبية الشعرية والنثرية.؛ فالسمات الأسلوبية تستمد بلاغيتها من قوتها الإقناعية.²⁸³

وتتعلق البلاغة عند بيرلمان بالخطابات الموجهة إلى مختلف المستمعين: سواء كانوا جمهورا مجتمعا في ساحة، أم مختصين، أم شخصا واحدا، أم بالحجج التي يوجهها الشخص إلى نفسه في مقام حوار ذاتي، ذلك ان نظرية الحجاج باعتبارها بلاغة جديدة تشمل حقل الخطاب في مجموعه الذي غايته الإقناع، بغض النظر عن نوعية المستمع الذي يتوجه إليه الخطاب.

فالحجاج لا يختص بالخطابات التربوية، والأخلاقية، والفنية، والفلسفية، والقانونية، لأن الحياة اليومية والعائلية والسياسية توفر لنا كما هائلا من أمثلة الحجاج البلاغي، اذ تكمن أهمية هذه الأمثلة المنتمية إلى الحياة اليومية في التقارب الذي تسمح به مع الأمثلة التي يوفرها الحجاج الأكثر سموا عند الفلاسفة والقانونيين²⁸⁴

1- البلاغة الإقناعية : وهي "التيار الأكثر ذيوعا، وهو المتصل بفن الإقناع، إذ يعتمد باث (خطيب) إلى فعل أمر أو تفكير بأمر أو التفكير بأمر ما ، ويقوم التصور الأسلوبي للبلاغة من منظور مولينييه على عد البلاغة ثلاث بلاغات هي : يوجد مبدئيا ما يدعوههم أو يرغبهم في فعله أو التفكير فيه،

283 د محمد مشال، البلاغة والأدب، من صور اللغة إلى صور الخطاب، دار العين، القاهرة، مصر، 2010، ص10.

284 ينظر الى : عرض موحز للبلاغة والحجاج عند بيرلمان، مدونة الباحث رشيد اعرصي، البلاغة والقد،

www.balagharachid.biogspot.com

نصل هكذا إلى التفريق بين ثلاثة أصناف كبيرة من الفصاحة اعتباراً لما يريد أن نقنع به وهي:

أ - الإقناع بالصحيح أو بالخطأ

ب - الإقناع بالعدل أو بالظلم

ج - الإقناع بالنافع (المشرف) أو بالضار (المخزي)

2. البلاغة الإنشائية : هي إجمالاً دراسة التعبيرات البيانية وأعلام هذا الصنف من البلاغة قد أنشأوا نظرية المجازات ذات بنى صغرى وأخرى ذات بنى كبرى، وهذه النظرية تشكل التفكير الأسلوبى لبعض الآثار مهما كانت، إذ علينا أن نلاحظ جيداً ضرورة التفريق في الاستعمال اللغوي الأساسي للغة المجازية بين وجهة نظر الباث الذي يعمل على نقل مدلول ثابت إلى مجموعة من الدوال وبين وجهة نظر المتلقي الذي يتقبل دالاً واحداً فيسعى إلى وضعه في تركيب المدلولات الصحيح، أو لا يسعى إلى ذلك.

3. البلاغة النمطية ويقصد بها فنون محاكمة مؤلفات الفكر محاكمة جيدة، وهي فنون لا تحصى، تتوجه للنقاد كما لممارسي اللغة الجميلة، وقد سيطرت بذلك على عالم الكتابة الرسمية منذ عصر لابرويار إلى زمن أناتول فرانس وأندريه جيد، ويشير مولينييه إلى أن هذا الضرب الأخير من البلاغة الذي ظهر على هامش الضربين الأولين وازدهر في فرنسا خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، وتواصل في التعليم المؤسسي حتى القرن التاسع عشر، قد لفظ أنفاسه الأخيرة وأصبح مسدود الأفق، والملاحظ أن الأسلوبية المعاصرة قد استثمرت كلاً من البلاغة الإقناعية والبلاغة الإنشائية بل أكثر من ذلك، فمباحثهما عند مولينييه جزء لا يتجزأ من الأسلوبية، فالبلاغة الإقناعية هي التي تحلل مجازات ذات بنى

كبرى من الدرجة الثانية وهي نماذج منطقية مقالية خاصة بإثراء الاستراتيجيات البرهانية، وهذا التوجه يتفق مع الأبحاث الحالية في البراغماتية سواء بمحاولة سبر الأساليب البرهانية والفعالة الراجعة إلى تلفظ خيالي بالكلام داخل كون أدبي معطى أو بمحاولة قياس المحول الثقافي في المنتجات الأدبية المعتبرة أعمالاً لغوية مخصصة. فهذا التصور النظري للأسلوبية يشير إلى أن البلاغة والتداولية تعدّان منجمين تغرف الأسلوبية منهما ما تعدّه صالحاً ليُثَرَّى مقاربتها للنص في مقارنة مدونة معينة على مدونة أخرى لم تؤخذ بعين الاعتبار عند تصميم المنهج ولا عند تطبيقه.

إن الذي نقف عليه في هذه المماثلة العامة بين التداولية والأسلوبية أنهما تتوازيان توازياً يشاكل ذاك الذي شهده تاريخ البلاغة بين ضربي البلاغة الكبيرين: البلاغة الإقناعية / الخطابية والبلاغة الإنشائية / الجمالية.

فالتحاور بينهما قد استُعِيد في هذا العصر بين التداولية (بما هي وريثة الضرب الأول من البلاغة) والأسلوبية (بما هي وريثة الضرب الثاني). ولعلّ مبحث أصنافيات النصوص (typologie de textes) يُفيد في تدبُّر وجوه التجاور والتقاطع بين ما هو من مشمولات التداولية وما هو من مشمولات الأسلوبية.

ثالثاً : الأسلوب التقريري والتدرج البلاغي الحجاجي

الأسلوب التقريري هو أسلوب علمي مباشر بعيد عن الإيحاء خال من الصور البلاغية (التشبيه والاستعارة والمجاز)، يقدم مجموعة من المعلومات (الاشكالية + التحليل + الحجج ثم الاستنتاج) وذلك باعتماد الموضوعية + التوكيد + التكرار لأن هدفه في النهاية هو الإقناع، ويعتمد على الأساليب الآتية:²⁸⁵

285 ينظر الى : خصائص الأسلوب التقريري، منتديات عالم اللغة العربية.

1. الأسلوب الانشائي : وهو أسلوب حجاجي تفسيري (كالأمر والنهي والاستفهام والنداء والتمني) وفيه تذكر اغراض الاساليب الانشائية كلها وتأتي حسب المعنى الذي يوحى به سياق الكلام.

2. الأسلوب الخبري : وهو ابتدائي طلبى انكاري

3. الأسلوب التفسيري : ويتم عن طريق التعريف والسرد والتماثل والتشابه والوصف.

4. الأسلوب الحجاجي : ويتجلى في بناء خطة حجاجية واضحة مبنية على مقدمة واستدلال ثم نتيجة، وهو نوعان حجج عقلية واخرى نقلية.

ويدل وجود أسلوب خبري وانشائي في النص الصحفي على حسن توزيع الافكار في النص لإثارة القارئ حتى لا يشعر بالملل، وتشارك هذه الانواع من الاساليب في وظيفة واحدة تتمثل في نقل المعارف والمعلومات ومحاولة تقريرها كحقائق وتأكيدا في ذهن المتلقي وتحقيق الاتصال معه وايصال فكرة نصه الى اكبر عدد من المتلقين.

ويعتمد المحرر الصحفي في تحرير الانواع الصحفية اخباريا وتفسيرياً على التسلسل والتدرج من خلال طرح الاشكالية والتعريف والشرح والتحليل والمناقشة واستنتاج الاحكام، وتنوع الجمل المستخدمة في هذا الأسلوب بين الطول والقصر، فالجمل القصيرة تفيد الاخبار، والجمل الطويلة تفيد التفسير. وتعتمد الكتابة بالأسلوب التقريرى الحجاجي على منهجين الاول استنباطي وفيه تتدرج الحجج الاعلامية من العام الى الخاص أي اصدار الحكم افتراضاً ثم الاستدلال عليه بأمثلة وادلة، والثاني استقرائي وفيه تتدرج الحجج الاعلامية من الخاص الى العام بتقديم امثلة ثم استخلاص النتائج واشتقاق الحكم على الامثلة.

وقد وضع ديكرت النظام المنطقي الذي يحكم بناء القواعد الأربعة، وهو نظام يتميز بالتدرج والانتقال من البسيط إلى المركب، ويتبين في القاعدة الثالثة التي هي قاعدة النظام أو الترتيب والتي تقول أنه يجب البدء بأبسط العناصر إلى أصعبها، أي أن يتميز فكرنا بالترتيب والنظام والتدرج، وهكذا اعتمد ديكرت على أسلوب التمثيل من أجل توضيح فكرته عن المنهج وتصويرها حسياً، فقد تخيل ديكرت أنه يشبه رجلاً يسير في الظلام، لذلك ولكي لا يسقط كان لزاماً عليه اتخاذ الحيطة والحذر المتمثل في الشك في كل الأفكار غير البديهية والواضحة، وهذا الشك هو شك منهجي الغرض منه الوصول إلى الحقيقة، ومن أجل الوصول إليها لابد أن يعتمد العقل على قواعد تجنبه السقوط في الخطأ وتجعله يفكر بكيفية سليمة، وقد اختصر ديكرت هذه القواعد في: قاعدة البدهية، قاعدة التقسيم، قاعدة النظام وقاعدة المراجعة.²⁸⁶

286 الفلسفة الحديثة ، نص ديكرت (في رحاب) الفلسفة والمنهج، ص28، بدلالة : خصائص الأسلوب التقريري، www.oula-bac.ab.ma.

الفصل الثالث

النموذج الاعلامي للتدرج البلاغي في الرسالة الصحفية

تَهْيِيد

يعد التدرج البلاغي في تحرير الرسالة الإعلامية تصاعداً متدرجاً في أسلوب التعبير عن الفكرة في حدود الاطار الدلالي المشترك بين المرسل والمتلقي اذ تهدف الرسالة الاعلامية الى ايصال مضمونها الى المتلقي بيسر وسهولة وبصورة واضحة ومقنعة، مما يتطلب اتباع الاسلوب الحجاجي الذي يعرض الوقائع والحجج الاعلامية بطريقة مرتبة ومتسلسلة ومناسبة للموضوع.

فالأسلوب يكون " مناسباً للموضوع إذا كانت الموضوعات الجليلة لا تعالج بخفة ولا الموضوعات التافهة تعالج بإجلال، وإذا لم تزين الكلمة العادية وإلا لبدا على ذلك مظهر الكوميديا"²⁸⁷، فإذا كان الخبر طريفاً كان على العنوان أن يكون طريفاً أيضاً²⁸⁸، ف"الروايات الطريفة ينبغي أن يختار لها عناوين طريفة"²⁸⁹ وإلا يفقد الخبر ثقة القارئ به إذا كان أسلوب صياغة العنوان لا يتناسب مع محتواه، فلا ينبغي وضع عنوان طريف لقصة خبرية جادة لأن ذلك يعطي دلالة على الاستخفاف بمضمونها وإظهارها بصورة كوميدية²⁹⁰، فالأسلوب المناسب " يجعل الواقعة قابلة للتصديق"²⁹¹، في حين أن استعمال الأسلوب غير المناسب للموضوع يؤدي إلى نفور القارئ وفقدان ثقته بالخبر، لذا يجب على المحرر الصحفي استعمال كل أنواع التناسب في الأسلوب ومنها الأسلوب الموافق

287 الخطابة لأرسطو · ترجمة · د. عبد الرحمن ندوي، دار الرشيد للنشر · سلسلة الكتب المترجمة (14):

بغداد، 1980، ص209

288. د. عبد العزيز الغنام : مصدر سابق، ص169 - 171.

289. ستالي جونسن، و جوليان هاريس : مصدر سابق، ص384.

290 د اكرم فرج الربيعي، الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الاخبار دليل اسلوبي في عونه الحر

الصحفي، دار امنة للنشر والتوزيع، الاردن - عمان، 2014، ص62.

291. الخطابة لأرسطو : مصدر سابق، ص210.

لمقتضى الحال²⁹²، وهنا تبرز العلاقة الجدلية بين البلاغة والاسلوب والتي تتطلب عرض الحجج والوقائع بأسلوب التدرج التصاعدي او التنازلي وبلغة تعبيرية بلاغية تؤدي الى اقناع المتلقي بمضمونها، إذ تتنوع الأساليب بتنوع المواضيع التي تتناولها طبقا للقول المأثور (لكل مقام مقال)²⁹³.

لذا فإن الانواع الصحفية تحتاج الى الاسلوب البلاغي المشترك في تحريرها وصياغتها، أي بتعبير ادق تتطلب تدرجا بلاغيا واسلوبيا في آن واحد عند عرض الحجج والوقائع والمعلومات بشكل متدرج ومتسلسل وفقا لمستوى اهميتها ودرجة قوتها.

فالأسلوب المتدرج في عرض المعلومات يؤدي الى الحصول على رد فعل ايجابي من المتلقي لأنه يحقق الاقناع لديه بما يقدمه من حجج وحقائق ومعلومات.

فهو طريقة في التعبير واستخدام اللغة²⁹⁴، اي استعمال خاص للغة ذو طابع انتقائي يقوم على عدد من الإمكانيات والاحتمالات المتاحة²⁹⁵.

وهو التنوع في صياغة الأشكال اللغوية التي تعتمد على العلاقة بين المتحدث والمستمعين وبين الكاتب والقراء²⁹⁶.

292 د اكرم فرج الربيعي، الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الاخبار دليل اسلوبي في عونته الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص62

293. د. علي بو ملحم : مصدر سابق، ص62.

294 طارق شفيق حقي، قراءة أسلوبية في نص شعري، مجلة الأديب العربي، موقع أسواق المربد، الحميس 5 - 4 - 2007

295 احمد سماحة، قراءة في مجموعة انطفاءات الولد العاصي، ملحق جريدة اليوم، العدد : 5231 ، نقل عن د حسين علي الناحي، مستوى مقروئية ودرجة اشراكية كتاب اللغة العربية، موقع اون لاين، 27 ربيع أول 1424 هـ - 29 مايو - 2003م

296 عبد الآله مصطفى عبد الرزاق الخزرجي، تحليل لغة الدعاية، بغداد : مطبعة التوجيه السياسي، 1984، ص59

ومن هنا جعل فيلي ساندروس، الأسلوب اختياراً بين الإمكانيات اللغوية الواسعة وتوقف عند مبدأي التنسيق والانتقاء جاعلاً الانتقاء شاملاً غير مقتصر على الألفاظ لاشتراك مستويات اللغة جميعها في بناء الكيان اللغوي المتخذ وسيلة للاتصال.²⁹⁷، وعليه يتركز التدرج البلاغي والأسلوبي في تحرير الأنواع الصحفية من خلال اشتراك مستويات اللغة جميعها واعتماد مبدأي التنسيق والانتقاء، فالأسلوب هو المنوال الذي تنسج فيه التراكيب أو القالب الذي تفرغ فيه، وبذلك فانه يوصف بالقالب الذهني الذي تنصب فيه التراكيب اللغوية بشكل يفي بمقصود الكلام ويتلاءم مع فن القول، فهو طريقة صياغة الكلام وعملية هندسة القوالب التي يصب بها الكلام²⁹⁸، وهذا المعنى يقترب من عمل البلاغة في النصوص الصحفية بشكل كبير جداً.

فيما يرى ريفاتير، الأسلوب بأنه البروز الذي تفرضه بعض لحظات تعاقب الكلمات في الجمل على انتباه القارئ بشكل لا يمكن حذفه دون تشويه النص، ولا يمكن فك شفرته دون أن يتضح انه دال ومميز، وباختصار اللغة تعبر والأسلوب يبرز²⁹⁹. ويذهب صلاح فضل إلى وصف الأسلوب بالصورة اللفظية التي يعبر بها عن المعاني أو نظم الكلام وتأليفه لأداء الأفكار.³⁰⁰

297 د. خالد محمود حمعة، مقدمة في كتاب نحو نظريه اسلوبية لسانية، دمشق: دار الفكر، 2003، ص 11-15.

298 د. علي بو ملح، مصدر سابق، ص 11.

299 د. مندر عياشي، الأسلوبية عند ميشال ريفاتير، مجلة اليوم الإلكتروني، العدد: 1137، السنة الأربعون، الاثنين 2 - 8 - 2004، ص اليوم الثقافي.

300 صلاح فضل، علم الأسلوب مبادئه وإجراءاته، بيروت: دار الآفاق الجديدة، 1985، ص 100.

فالأسلوب هو الاختيار الجيد للغة³⁰¹، فهو يدرس اللغة ضمن نظام الخطاب عن طريق التعرف على ماهية النص وكيفية بنائه، وبذلك فانه يدير لغة الخطاب في مجال الفنون الاتصالية³⁰²، وهو ما ينطبق على تحرير الانواع الصحفية (الخبر والتقارير والتحقيق والمقال والحديث الصحفي)، وعليه يكون الأسلوب هو طريقة التعبير التي يسلكها الإعلامي اليوم في التحرير³⁰³، فهو يعني بأية طريقة تعرض موادنا الصحفية على شريحة معينة من القراء، فلكل نوع صحفي أسلوبه وطريقة عرضه، وهذه ليست قضية شكلية أو لغوية أو حرفية، بل هي أساسا قضية مرتبطة بالتركيب البنيوي للنوع الصحفي وموضوع هذا النوع وبالمهمة التي يسعى لتحقيقها.³⁰⁴

وبذلك يمكن عن طريق ملاحظة الأسلوب الذي يختار بمقتضاه المحرر الصحفي أنباء لمدة لا تزيد عن أيام قليلة أن نتنبأ بما قد يختاره في أي يوم آخر.³⁰⁵ فهو طريقة توظيف اللغة بما تحتويه من كلمات وجمل وفقرات للتعبير عن فكرة ما أو حدث ما³⁰⁶.

وعليه فإن التدرج البلاغي في تحرير الرسالة الصحفية بأنواعها كلها يتطلب وضع خارطة اعلامية لجغرافية التحرير الصحفي تراعي الزمان والمكان والمناخ

301 محمد احمد القصاصة، الأسلوب والأسلوبية والنص الحديث، مجلة دراسات (العلوم الإنسانية والاجتماعية)، عمان، عدد 2 آب 1998.

302 د رائد حسين عباس، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الثالث، كلية الإعلام - جامعة بغداد، حزيران 2007، ص108.

303 د. عبد العزيز شرف، مصدر سابق، ص85.

304 د. أديب خضور، مصدر سابق، ص63.

305 د. جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط2، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، مارس سنة 1978، ص296.

306 د اكرم فرج الربيعي، الصحة الاسلوبية في صياغة الاخبار تكتيك الخبر الصحفي، بيروت، 2012، ص28.

والجمهور، وتتمثل هذه الخارطة في بناء نموذج اعلامي معرفي يستمد اسسه العلمية من نظريات المعرفة واحكام التحرير الصحفي، ويعتمد على البلاغة الاسلوبية في صياغة الرسالة الصحفية على وفق السلم الحجاجي اذ يهيمن على الخطاب الصحفي اسلوبا تقريريا واضحا يعتمد المباشرة وتجنب الكلام الياحائي، ويتضمن اساليب خبرية وتفسيرية وحجاجية، فالنموذج المعرفي في نظريات نمذجة العقل ونظرية مجتمع العقل تكون وثيقة الصلة بها، فهو أداة أو وحدة فرعية متخصصة يمكن لأجزاء أخرى استخدامها لاتخاذ القرارات في المهام المعرفية، اذ ان مسألة وجود هذه النماذج وطبيعتها يعد أحد الموضوعات الأساسية في العلم المعرفي، اذ ينظر عدد من الباحثين الى النماذج المعرفية كجزء مستقل من العقل³⁰⁷، بينما ينظر آخرون الى أنماط التفكير الجديدة، التي يتم التوصل إليها بالخبرة، كنماذج معرفية³⁰⁸.

النموذج الصحفي : مفهومه واغراض استعماله

يحاول النموذج المعرفي أن يصل إلى الصيغ الكلية والنهائية للشيء المراد تبسيطه، فكلمة الكلي في هذه الموسوعة تفيد الشمول والعموم، بينما تعني كلمة نهاية الشيء غايته وآخره وأقصى ما يمكن أن يبلغه الشيء.

والنموذج هو محاكاة لشيء ما او حدث ما اذ يستخدم بعده أداة لفهم العالم الطبيعي، فهو واجهة استخدام للتطبيق، وتكون واجهة استخدام لمُدخل البيانات (المستخدم للتطبيق) والتي تمكنه من إدارة كافة البيانات بشكل أفضل وسلس جدا مثل إدخال وحذف وتحرير البيانات في قاعدة البيانات.

307 Max Coltheart: *Modularity and cognition* Trends in Cognitive Sciences, 1999

308 Tooby, John and Cosmides, Leda 1992 *The Psychological Foundations of Culture*, in Barkow, Jerome H., Cosmides, Leda, Tooby, John, (1992) *The Adapted Mind: Evolutionary Psychology and the Generation of Culture*, Oxford University Press, ISBN 0-19-506023-7, page 30-

فالنمذجة بمفهومها العام تعني تمثيل مجموعة من الاحداث باستعمال مثال معين، فهي عملية اختزال او تضمين الجزء في الكل، فالنموذج يجزئ الظاهرة الى العناصر او المتغيرات الاساسية ويفصلها عن بعضها لتحديد طبيعتها ودراسة خصائصها بشكل افضل، وتسمى نماذج بنائية، كما يسعى النموذج الى تحديد كيفية تفاعل المكونات المختلفة للظاهرة والاسلوب الذي تعمل بمقتضاه لإنتاج الظاهرة وتسمى نماذج وظيفية.³⁰⁹ فالذي يميز النموذج بوجه خاص كونه بناء يصاغ في الغالب من بعض الخواص المنتقاة من الواقعة، ويتم ذلك بسند ضمني من حادثة مسبقة.³¹⁰

وهناك نوعان للنماذج:³¹¹ الأول يكون مبنياً على مصدر بيانات إما جدول أو استعمال أو حملة ويسمى هذا النوع (النموذج المنظم)، والثاني لا يكون له مصدر بيانات أي انه لا يستند لجدول أو استعمال أو جملة ويسمى هذا النوع (النموذج غير المنظم). وبشكل عام فإن النموذج لأي حالة يراد التعبير عنها سواء كانت اعلامية او لغوية او اجتماعية او ادارية او اقتصادية ما هو الا الشكل المبسط لتوضيحها الذي يأخذ على الاغلب شكل معادلات او متباينات او توابع تمثل العلاقة التي يمكن قياسها كمياً لمختلف العوامل التي لها علاقة بالمشكلة او الحالة، لذا اشتركت تعريفات النموذج جميعها في خاصية واحدة مستندة الى الهدف

309 د سهام الشحيري، النمذجة البشرية في الصحافة العراقية، دراسة مسحية لموضوعات النمذجة البشرية لشهري آذار ويسان لعام 2011، العدد : 20، مجلة الباحث الاعلامي، جامعة بغداد كلية الاعلام، 2013، ص 29، 30

310 جوناثان بينغل، المدخل الى سيمياء الاعلام، ترجمة : محمد شيا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2011، ص 123.

311 معهد توب ماكس تكنولوجي، شرح تعريف النماذج، منشور على الرابط:

<http://www.forum.topmaxtech.net/t45799.html#ixzz3uhsN8qdX>

الاساسي لعملية النمذجة اذ ان النمذجة هي مجموعة من العمليات والمعالجات لبناء النماذج التي يراد بها تسجيل الظاهرة المعقدة، وهذا بدوره يعتمد على مجموعة من العناصر الاساسية هي:

1. الموضوع : أي بماذا يتعلق النموذج ؟

2. المهمة : أي ماذا سيفعل النموذج ؟

3. النظرية : أي على اية نظرية يستند النموذج ؟

4. الطريقة : أي كيف يستخدم النموذج نظريته ؟

ويذهب احد الباحثين الى تعريف النمذجة بأنها فن تبسيط العلاقات ضمن ذلك النظام، وقد وردت التعريفات جميعها وهي تحمل هذا المعنى، أي تشترك في خاصية واحدة، فالانموذج هو تمثيل مبسط للواقع المستند على نظرية، لذا ذهب Britton Harris الى وصف الانموذج بأنه تصميم تجريبي يعتمد على نظرية، فيما يعرفه lan Masser بأنه تبسيط مفيد لواقع حال معقد، لذا فإن الانموذج عنده هو الحالة المثالية الاقل تعقيدا لواقع الحال، وعليه يكون اسهل استعمال لأغراض البحث، فهو كما يعرفه Colin lee تمثيل للحقيقة يسهل ويستقرئ الحالات ذات الخصائص المهمة لواقع الحال الحقيقي او انه فكرة تجريبية من الحقيقة تستخدم لربط المفاهيم الحقيقية لغرض تقليل الخلافات والصعوبات التي تواجه العالم الى المستوى الذي يمكن من فهم الحالة بصورة واضحة.

وعليه يمكن تعريف الانموذج على وفق تعبير Ratcliffe I بأنه إعادة بناء مبسط للوضع الحقيقي الذي يقلل من مستوى التعقيد فيه ليستطيع ادراكه وبشكل كاف لتذليل المصاعب.

فالنماذج تجعل نظريات الاتصال أبسط وأسهل في فهمنا، فالنموذج يصور أو يقدم أفكار الشخص الذي قام ببنائه عما يعتقد أنه المتغيرات المهمة في العملية في شكل يمكن القارئ من تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات.³¹²

فعملية بناء النموذج Modeling للمشكلة تعني تصوير الظروف والعوامل المحيطة بالمسألة بشكل معادلات ومتباينات يمكننا من إيجاد حل لهذه المشاكل بالطرق الرياضية.³¹³

وتصادفنا ونحن نصف عناصر النموذج مشكلة الحاجة إلى استخدام اللغة، فاللغة كما يستخدمها البشر هي عملية، فهي تتغير وتتطور وإن كانت تفقد صفتها أو خاصيتها (كعملية) حينما نسجلها أو نكتبها، فالإرشادات أو الكتابات على الورق هي تسجيل للغة أو صورة للغة وهي علامات ثابتة، وحينما نستخدم اللغة لوصف شيء، يجب أن نختار كلمات بعينها بحيث نضطر إلى تجميد العالم المادي بشكل ما، ونضطر إلى وضع كلمات قبل أخرى وإن نحذف ونختار.³¹⁴

ويقسم عدد من العلماء النماذج إلى أربعة أنواع هي:³¹⁵

1. النماذج اللفظية: وتتكون من سلسلة من العبارات التي تحاول أن تحدد نية المشتركين في عملية الاتصال أو هدفهم، كما تحاول أن تصف طبيعة الاتصال بين الأفراد، ومن النماذج اللفظية المهمة نموذج كينيث برك ونموذج هارولد لازويل ونموذج فرانكلين فيرنج

312 د. جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط2، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، مارس 1978، ص76.

313 فيس مجيد عبد الحسي غلوش، مفهوم وأهمية النماذج، محاضرة، شبكة جامعة بابل، 15 - 5 - 2012

314 د. جيهان أحمد رشتي، مصدر سابق، ص81.

315 د. جيهان أحمد رشتي، مصدر سابق، ص83 - 89.

2. للنماذج الرمزية : وهي امتداد للنموذج اللفظي تسهم في توضيح وتأكيد عناصر النموذج اللفظي وتقديم صورة الهدف منها تفسير العلاقات المعقدة التي لا تستطيع الكلمات وحدها ان تقدمها.

وشكل مفهوم الأنموذج النقطة الحساسة في الأبحاث الجوهرية الفلسفية المعاصرة وخاصة الاستمولوجيا التي من خاصيتها المهيمنة البحث في انبثاق فلسفة طبيعية معتمدة على المجهودات الرياضية (المفاهيمية والتقنية) وعلى إمكانية نقل هذه المقاربة إلى الظواهر الفيزيائية والظواهر المرفولوجية منها والبنوية بصفة عامة، فالأنموذج هو الذي يتيح تمثيل نظرية ما في نظرية أخرى، أو بتعبير روني طوم تماثل بين ظاهرة X وموضوع مبن M (أنموذج M) يتيح ويسمح بالإجابة عن السؤال المطروح إزاء x.³¹⁶

التبسيط في النماذج الصحفية

تبرز النمذجة في اشكال الاتصال الاعلامي الاقناعي بمستوياته المختلفة والذي يمكن التعبير عنه بالبلاغة الاقناعية، لذا تستعمل الأنواع الصحفية (الخبر والتقرير والتحقيق والمقال والحديث الصحفي) اسلوب النمذجة لغرض تحقيق عنصر الاقناع في الرسالة الصحفية من خلال لغة بسيطة ومباشرة واسلوب سهل ومنير.

واثبتت عدد من الدراسات ان المتلقي العادي يميل الى التفاعل مع فكرة النماذج والامثلة لكي يربطها بمفهوم او قضية اوسع³¹⁷، ويعود ذلك الى التبسيط.

316 عز الدين غازي، الأنموذج الاستدلالي من الحساب الصوري البرهاني إلى الخطاب الحجاجي الطبيعي، الحوار المتمتد، العدد : 1717، 28 - 10 - 2006.

317 Van Dijk, op. cit. p. 120

فالتبسيط يعد سمة مهمة من سمات الفن الصحفي الذي يعرض الأحداث والأفكار منتزعة من سياقها كما لو كانت وحدات مستقلة، ويلجأ الصحفيون إلى التركيز أحيانا نتيجة لضغوط الحيز الضيق في الصحف والمطبوعات، ويؤدي عامل الوقت دورا رئيسا في تغطية الأخبار وتحريرها وإخراجها، ففي الصحافة لا بد من مراعاة موعد الطبع ومواعيد القطارات ووسائل المواصلات الأخرى للتوزيع، وقد رأينا أن الفن الصحفي يمتاز بالدورية والإيقاع، فهو يروي حدث بعينه في إطار زمن محدد.³¹⁸

والزمن المميز على هذا النحو ليس هو الزمن الطبيعي للإنسان العادي؛ لأنه بسبب دورية المطبوع يكون هذا الزمن عاملا موضوعيا خاضعا لظروف خارجة عن الظروف النفسية للحدث تتحكم فيه على الرغم من إمكان إدخالها ضمنه. فالصحفي فنان تحكمه دورية الصحفية وحدودها الزمنية، كما أنه مقيد بالاهتمام الإنساني لجمهوره، وهكذا نجد أن ظروف المرسل والمستقبل جميعا تجعل التبسيط أهم سمات الفن الصحفي، نظرا لقيود الحيز والزمن والدورية بالنسبة للمرسل، وحدود الفهم والتلقي بالنسبة للمستقبل أو الجمهور.

وعلى هذا الأساس نجد أن وسائل الفن الصحفي تعرض مواد مبسطة يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها، كما أنها تتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده. وينتج عن ذلك أن ما يعرض على الناس ليس هو الحقيقة الكاملة وإنما هو الحقيقة الواقعية المبسطة، ولا بد أن تكون المادة المعروضة متفقة مع الثقافة السائدة، والمعتقدات الدينية، والمعايير الأخلاقية؛ لأن الفنان الصحفي مرتبط بهذه المعايير.

318 د ابراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الانجلو المصريه، ملف معد آلياً بواسطة المكتبة الشاملة، الجزء 1: www.shamela.ws، ص46.

وقد سبق القول أن اللغة الصحفية ترمي إلى النمذجة والتبسيط؛ لأن العقلية الجماهيرية تركز إلى الاستعانة بالرموز والأنماط والنماذج والتجسيد، فهي لا تتخذ سبيل التحليل الموضوعي والدراسة العلمية للوصول إلى الحقائق، وهنا تظهر عملية الرموز المجسدة أو الأنماط أو النماذج التي تقوم مقام التجربة الفردية أو الجماعية، فيصبح النمط نموذجاً جامداً لشخص أو فكرة.

وهكذا يلجأ العقل إلى خلق الرموز كعملية حتمية لتنظيم التجارب الإنسانية العديدة. فهناك نمذجة عن طريق الفلسفة والعلم والفن، غير أن هذه النمذجة تقصد لذاتها، أما النمذجة الصحفية فهي تقصد لأسباب خارجية أهمها التبسيط للجماهير.

وتعد اللغة الوسيلة الرئيسة لنقل المعرفة في المجتمع الإنساني، وهي قادرة على تصوير العالم من زاوية معينة، وهنا يكمن الفرق بين المستوى العلمي للغة باصطلاحاته الفنية المجردة، والمستوى العملي بواقعيته وعموميته.

وتقوم هذه النمذجة الصحفية على أساس انتزاع بعض الصفات وتحريرها من سياقها العام، ثم إبرازها وإلقاء الضوء عليها، مع إعطاء مغزى لها يميّزها وييسر فهمها.³¹⁹

ومن الطبيعي أن تقوم هذه العملية على أساس التوضيح بالتفاصيل، وعدم الاحتفاظ بالنسب الحقيقية في الشخصية الأصلية، من أجل خلق النموذج المبسط الذي يفهمه الناس، فالعامل والفلاح والطالب والمدير والزنجي واليهودي والأمريكي والأوروبي واللص والشرير كل هذه نماذج بشرية تقدم في بضع

319 د. عبد العزيز شرف، فن المقال الصحفي في أدب طه حسين، ج1، ص141.

خطوط أو لمسات شديدة الاختزال تبعد عن الحقيقة الكاملة بتفاصيلها الكثيرة المتشعبة.³²⁰

ومن مميزات استخدام النماذج في الكتابة الصحفية ما يأتي:³²¹

1. تقديم معلومات واضحة.
 2. تقديم معلومات تجسد وتشخص الحدث أو الموقف.
 3. تقديم أدلة تؤدي إلى اقناع المتلقي.
- ويرى د. محمود خليل أن الفنون الصحفية المتمثلة بالتقارير الاخبارية والتحقيقات الصحفية والمقالات بأنواعها والاعمدة تميل الى توظيف اساليب النمذجة البشرية³²² في تحريرها وصياغتها، لغرض تحقيق عنصر الاقناع في هذه الانواع. ولكن هناك نماذج مبسطة استخدمت في كتابة الخبر الصحفي، مما يعني ان اسلوب النمذجة يشمل الانواع الصحفية كلها.

ويشير د. عبد العزيز شرف الى النمذجة في المواقف الصحفية للمقال القصصي، فيقول أن هذه النمذجة الصحفية، على الرغم من تحريرها من السياق العام، فإنها تقوم على موقف صحفي من خلال الشكل القصصي للمقال، يصور المشاكل المعاصرة المعاشة، والحياة اليومية المتجددة، ليربط بين النماذج التي ترزح تحت عبئه، وتتصارع فيه معاً، على أن الموقف لا يمكن أن ينفرد عن سواه، بل

320 د. ابراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، مصدر سابق، ص 47.

321 د. سهام الشحيري، النمذجة البشرية في الصحافة العراقية، دراسة مسحية لموضوعات النمذجة البشرية لشهري اذار ويسان لعام 2011، العدد: 20، مجلة الباحث الاعلامي، جامعة بغداد - كلية الاعلام، 2013، ص 20.

322 د. محمود خليل، الاتجاهات الحديثة في الكتابة الصحفية، (تيار النمذجة البشرية)، محاضرات القيت في دورة تنمية مهارات الصحفيين العراقيين، جامعة الدول العربية، والاتحاد العام للصحفيين العرب ونقابة الصحفيين المصريين، القاهرة، نيسان، 2008.

يتضامن مع القوى التي يتفاعل معها ويتحدّد بها جهده على نحو ما يشعر هو بها، وكما يكتشف من ثنائها ذات نفسه، ويسير بها في حركة دائبة نحو المصير الفاصل بالنسبة له وبالنسبة للآخرين المشتركين معه في عالمه، فالوقوف في المقال القصصي أداة وظيفية لتحقيق النمذجة الصحفية؛ لأنه حدث.³²³

نموذج الحاجة الاخباري

اهتم نموذج الحاجة Argumentation بدراسة الجوانب البلاغية والأسلوبية للحجج المستخدمة داخل الخطاب، فضلا عن التفسيرات المنطقية التي تقدم للأحداث³²⁴، وهو ما يسمح بدراسة الخطاب الصحفي بمختلف أنواعه التحريرية إذ يمكن التركيز على الجوانب البلاغية والأسلوبية المستعملة في تحرير وصياغة هذا الخطاب وما يقدمه من أحداث متسلسلة بتفسيرات منطقية عن طريق رصف الحجج الاعلامية التي تعزز هذه التفسيرات، وهو ما نجده في تحرير الانواع الصحفية، إذ يجيب الخبر عن الاسئلة الستة ومنها السؤال (لماذا) الذي يقدم الاحداث بتفسيرات منطقية مدعمة بالحجج، وتجيب الانواع الصحفية الاخرى (التقرير والتحقيق والحديث والمقال الصحفي) عن السؤال (لماذا) بتركيز اعمق واشمل من خلال ترتيب الحجج الاعلامية التي تعرضها بهدف الإقناع.

وبهذا الصدد يرى محمود عكاشة أن الوسائل الإقناعية هي بمثابة الوسيط بين المرسل والمرسل إليه وتتمثل في الأدلة والبراهين والأساليب التي يستعين بها المرسل لإقناع جمهور المتلقين، وتنقسم إلى نوعين: أدلة خارجية (خارج الخطاب

323 د. عبد العزيز شرف، فن المقال الصحفي في ادب طه حسين، ج1، ص143.

324 سلوى ابراهيم حسن دهمش، اتجاهات الخطاب الصحفي الإلكتروني نحو الحركات الإسلامية: دراسة تحليلية مقارنة على موقعي صحيفتي الأهرام المصرية والهيرالد تريبون الدولية الأمريكية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، 2008.

والعالم الخارجي)، وأدلة داخل الخطاب (اللغة والأسلوب وترتيب الأفكار، وإجراء الخطاب)³²⁵.

وحتى تحقق العملية الإقناعية نجاحها لابد من توافر جملة من القواعد الصابطة أثناء ممارسة الفعل الإقناعي ذاته وكالاتي³²⁶:

1. خلو الرسالة الإقناعية من المغالطات الوصفية.
 2. بناء الحجج على سلمية متدرجة، تراعي سياق التخاطب.
 3. وضوح الأهداف، وإمكان الوصول إليها.
 4. الجمع بين الرأي والرأي المضاد.
 5. تنويع عرض المرسل الإقناعية مع مراعاة التباعد الزمني في عملية العرض.
- وفي إطار من التصور لوضع الحجاج بين وسائل المتكلم الأخرى في جعل المتلقي يتقبل آراءه واتجاهاته وانتقاداته وتوجيهاته تأتي إحدى الدراسات لكي تناقش الصفة التواصلية للحجاج إذ تنطلق هذه الدراسة من تصور عام يلحظ في وقت واحد ما يمكن أن يساهم به النموذج التواصلية الحجاجي والمسار التواصلية والجهاز الشكلي للتخاطب في استقلال منهجي، ومن تبادل للتأثير والتأثر بين المرسل والمستقبل في علاقتهما بالخطاب، وتطرح هذه الدراسة سؤالاً على المستوى المنهجي ينصب على مدى إمكان قيام وشائج مشتركة بين البلاغة التخاطبية للرسائل والتنظيم الحجاجي في النصوص.³²⁷

325 محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، مصر، 2005، ص 109.

326 ينظر إلى : الخطاب الشهاري والقيمة الحجاجية، مصدر سابق، ص 4.

327 محلة الخطاب، كلمة العدد، العدد الثاني، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، المدينة الجديدة تيزي وزو، منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري، ماي 2007، ص 12.

ان ما يفرق بين الحجاج والبرهنة، كون الحجاج مؤسسا على بنية قولية لغوية متسلسلة داخل نص ما لا على مقتضى الأقوال المنطقية التي ينشغل بها النص الفلسفي الاستدلالي³²⁸، وهذا التسلسل والتدرج الذي يتبعه المحرر الصحفي في اعداد رسالته الاعلامية هو ما يعالجه النموذج الاعلامي في تدرجه البلاغي، اذ يفسر مراحل التدرج وفقا لتصنيفها الزماني والمكاني والمعلوماتي واللغوي والاسلوبي والحجاجي.

وإذا صح أن الخطاب الطبيعي، وخاصة الحوارية، يستند إلى الخطاب الاستدلالي صح معه أن الخطاب الحجاجي خطاب يعتمد الاستدلال الذي عبره نفهم وستكشف المستلزم أو المتضمن في النص، فالمتكلم يذكر دليلا صحيحا على قوله من غير أن يقصد التدليل به وأن يسوق الدليل على قضية بديهية أو مشهورة هي في غنى عن دليل للتسليم بها³²⁹، ذلك أن المتكلم لابد وأن يأخذ بمقتضيات الحال التي تتمثل في المعارف والمعتقدات الموجهة ثم المطالب والأغراض المراد فعلها، وعليه يمكن أن نقول أن الاستدلال أصبح أمودجا، وأرسطو، المعلم الأول، إن لم يكن قد أفصح عن كونه يمثل أمودجا في الخطاب الحجاجي فإنه مع ذلك، قد ألمح في كتابه المقالات أو الطويقا الذي طرح فيه جملة من القضايا كلها تتعلق بالمنهج الجدلي وأشار قائلا "إن الاستدلال الاستنباطي صورة للحجاجية، وعمل أرسطو هنا إنما ينطوي على إيجاد منهج أو طريقة تمكنه من تطبيق الاستدلال بأنواعه، فتراه ينطلق من أفكار مسلم بها فيجيب عن قضايا مثبتة بدون أن يعرض لها يناقض أو يعاكس المسلم به، وبهذا المعنى، نصل إلى تصور إطار نموذجي لنظرية الحجاج وسيصبح مفهوم الاستدلال

328 منير بن رحال، الحجاج الخاطئ في الخطاب الاعلامي المصري الرسمي، مصر 2012 ثورة ام انقلاب.

موقع هبة بريس، 2015، www.hibapress.com.

329 ينظر الى طه عبد الرحمن، في أصول الحوار، ص 40.

أول من سينمذج الخطاب الطبيعي ويصوره، ففي فن الجدل منذ السفسطائيين وزينون الايلي وأرسطو كل هؤلاء اشتغلوا بعمليات الاستدلال في البرهنة على صحة آرائهم فكان هو النموذج الأمثل بالنسبة إليهم لأقناع متلقيهم بضروب الجدل وفنونه، وقد استمر هذا الاستخدام عبر تاريخ الفلسفة وخاصة مع ديكرات الذي وظفه للبحث في القضايا الوجودية الشائكة، كذلك فعل كانط حينما كرس جهوده في البحث عن منهج استدلاي متعال عبر عنه بنظرية العقل الخالص منتقدا فيه الكوجيتو الديكارتي.³³⁰

وبما أن المنطق بناء تحكمه القوانين الصورية والخطاب الحجاجي الطبيعي تحكمه القوانين الرمزية، فإن المنطق كأنساق والكلام كأحوال طبيعية سيجعلنا نميز بين المنطق كأسلوب أو أداة للفحص وللبث في القضايا بالصدق أو بالكذب والمنطق كموصوف لهذه الأداة والأساليب المستكشفة للظواهر التي تبحثها مصطنعة نماذجها النظرية، وبتعبير آخر، البحث أكثر في العلاقات الاستدلالية الحجاجية والمنطقية التي تؤثنتها، فهذه العلاقات هي ذات طبيعة استدلالية برهانية ثم استدلالية حجاجية، فالاستدلال المنطقي الصارم يقابل الاستدلال الحجاجي المرن، إن لم نقل الخطاب الحجاجي الهادف إلى إقناع الآخر، وفي هذا الإطار سننطلق من الفرضية التالية : متكلم ومخاطب يتحاوران بطرائق وأساليب يعتمدان في جوهرها على المناقشة والمجادلة بالعقل وتبادل الحجج أي بالمناظرة والإقناع والتبليغ يتم الجدل حتى يؤدي الأمر إلى تحييد المخاطب عن الاعتقاد الأول الذي يملكه³³¹ ، بمعنى أن العملية الحجاجية ترتقي بواسطة الأنموذج الاستدلالي إلى مراتب ودرجات إما أن تكون ضعيفة أو قوية في حين أن

330 عز الدين غازي، الأنموذج الاستدلالي من الحساب الصوري البرهاني إلى الخطاب الحجاجي الطبيعي،

الحوار المتمدن، العدد : 1717، 28 - 10 - 2006.

331 ينظر إلى : الطاهر وعزيز، المناهج الفلسفية، مجلة المناظرة، ع 2، ص 14.

الخطاب الاستدلالي الصارم المستند إلى عمليات حسابية صورية فهو خطاب في حد ذاته يعتمد قيمتي الصدق والكذب مما يجعله أمام الاستدلال الطبيعي غير قادر على البث في قضايا حدسية وطنية لابد أن تكون معها المرونة في الحكم على قضاياها، فالاستدلال كما يؤكد أرسطو شكل للحجاجة الطبيعية.³³²

فالخطاب الحجاجي هو كتابة يكتبها كاتب معين، حتى يستثير انتباه قارئ إلى أطروحة معينة، ويقنعه بمقولها، متخذاً خلالها مسعى من المساعي المتمثلة بالدفاع عن وجهة نظر معينة يتبناها، ودحض (إبطال) رأي متداول أو عبر عنه غيره، والتعقيب على رأي ورد لدى كاتب آخر.

وتعتمد هذه الكتابة بغية تحقيق هدفها، طرقاً للبرهنة والاستدلال، وأساليب تداولية، و منطقية، تندرج ضمن لغة موضوعية واضحة وميسرة تتمثل بالآتي:³³³

أولاً، طرائق البرهنة و الاستدلال:

أ. التعريف بمفهوم: فلكي يكشف الكاتب أطروحته بوضوح تام، يضبط بالتعريف مفهومها المحوري، أو المفاهيم التي تمت بصلة قوية إليها، فبتعريفها يتفادى أي لبس يمكن أن يلحقها أثناء تلقيها.

ب. المقارنة: فهي إحدى الطرائق الحجاجية الموظفة للدفاع عن وجهة نظر معينة، ذلك أنها تحقق ثلاثة أغراض أساسية هي البرهنة على أن هناك موقفاً أو بديلاً أفضل من غيره (المفاضلة)، إبراز نقط الخلاف حول أمر من الأمور، كالمقارنة بين معطيات إحصائية، أو نقدية، إظهار التقاطعات الثابتة بين وضعيتين مختلفتين.

332 عز الدين غازي، النموذج الاستدلالي من الحساب الصوري البرهاني إلى الخطاب الحجاجي الطبيعي، الحوار المتمدن، العدد : 1717، 28 - 10 - 2006.

333 ابو اسماعيل اعبو، الخطاب الحجاجي، موقع التواصل مع تلاميذي، www.abouismail.page.tl.

- ج. التماثل: ويتضح في محاولة إيجاد تشابه في وضعية معينة، أو تشبيه شيء بآخر.
- د. السرد: وهو طريقة توظف وفقها الأحداث والوقائع لتوضيح الفكرة، أو الظاهرة، أو المفهوم.
- هـ. الوصف: وهو يحدد خصائص موقف أو وضعية، ومكونات فكرة، أو ظاهرة، أو مفهوم.

فهذه الطرق تعد آليات تفسيرية إقناعية يعتمدها الخطاب الحجاجي حتى يضبط دلالاته الشمولية، ويجعلها دقيقة غير ملتبسة، وتتقوى مصداقية التفسير هنا، بفضل الحجج الاستدلالية التي يحتج بها الكاتب، وهي حجج تكون واقعية، أو تاريخية، أو علمية، أو دينية حسب السياق النصي، بهذا وذاك يصبح التفسير عملية تعقيل المقول وإعطائه قيمة تثقيفية.

وهو يتخذ في الكتابة الحجاجية أحد الأسلوبين التاليين:

أولهما، استدلال استقرائي، يتمثل حين ينطلق الكاتب مما هو خاص أو جزئي، ليستخلص منه ما هو عام أو كلي، فهدف الاستقراء هنا تكوين حكم عام مبني على حقائق جزئية.

ثانيهما، استدلال استنباطي: يتمثل حين ينطلق الكاتب مما هو عام أو كلي، ليستخلص منه تبعا لتدرج الفقرات ما هو خاص أو جزئي. فهدف الاستنباط هنا استخلاص حقائق جزئية من حكم عام ينطلق منه الكاتب.

ثانيا الأساليب التداولية:

وتتمثل في إدراج مجموعة من الأساليب اللغوية ضمن الخطاب الحجاجي قصد استدراج المتلقي للتجاوب معه، وتتمثل هذه الأساليب بالتوكيد والنداء والأمر

والنهي والترجي أو التمني والاستفسار والنفي والقصر (لا، إلا) وأسلوب النفي والإثبات (ليست، وإن).

ثالثاً، الضميمات اللغوية المنطقية: وهي تبين في مجموعة من الروابط اللغوية، التي تختلق تناسقات أسلوبية، وتؤدي وظائف تنظيمية ودلالية، وتوزع هذه الروابط افتراضاً بالروابط السببية، وروابط الإضافة وروابط التعارض وروابط الاستنتاج وروابط الزمنية وروابط التتابعية وروابط التفسير وروابط الاستشهاد.

وتبقى اللغة التي يعتمد عليها الخطاب الحجاجي لغة تقريرية مباشرة تتميز بموضوعيتها، والتزامها الواقعية حتى تكون في متناول المتلقي، تتجاوب ببسر معه، فتقنعه بمقولها.³³⁴ وفي نموذج الموحّد الذي أطلق عليه (البلاغة الجديدة) وسع بيرمان من حدود الخطابة، وذلك بدمج الفلسفة والعلوم الإنسانية عامة، والتحاوّر اليومي، فقد وقف بيرمان على آليات مشتركة بين أشكال الكلام كلها سواء النفسي الشخصي، أو الثنائي، أو الجماهيري، أو الشعري، أو خطاب المختصين في مجال القانون والعلوم الإنسانية، فلم تعد البلاغة محصورة عنده في مخاطبة العوام والدهماء، بل اكتسحت جميع أنواع المخاطبين المختصين، الذين لا يمكنهم فهم الخطاب وتكوين رأي عن مضامينه دون التمهيد لذلك بتحمل عناء البحث الجاد، وبذلك يتحدد اختيار الحجج بعنصرين اثنين :³³⁵

أولاً: المسلمات التي نمتلكها، لأننا لا نستطيع أن نقنع بشكل فعال إلا إذا استندنا إلى ما يقبله المتلقي.

ثانياً: المقام، لأننا لا نستطيع التأثير في الآخر وتغيير أحوال الأشياء إلا باستعمال حجج تتعارض مع حجج الخصم.

334 أبو اسماعيل اعبو، الخطاب الحجاجي، موقع التواصل مع تلاميذي، www.abousmail.page.tl.

335 ينظر إلى : عرض موجز للبلاغة والحجاج عند بيرمان، مصدر سبق ذكره.

وعليه يتبين ان النموذج الاستدلالي في الخطاب الحجاجي يعتمد على التدرج في عرض الحجج والاستدلال بها بهدف تحقيق الاقناع عند المتلقي، وبذلك فأن هذا النموذج يمكن تطبيقه في الخطاب الصحفي بمختلف أنواعه، لان اللغة المستخدمة في الخطاب الحجاجي هي اللغة ذاتها التي يتميز بها الخطاب الصحفي من حيث انها مباشرة وموضوعية وواقعية وعملية.

فإذا كان الحجاج يستند على القيم فإنه يستند كذلك على المراتب التي تكون حيناً ملموسة وتكون طوراً آخر مجردة منسجمة أو متناقضة، وهكذا يمكن أن تكون القيم مترتبة بحسب دعائها: القيم المنسوبة إلى الناس أسمى من القيم المنسوبة إلى الأشياء.³³⁶ وفي اطار عرض الحجج الخبرية خلص الباحثون إلى طرح اربعة نماذج لاحد الانواع الصحفية المتمثلة بالأخبار، وهذه النماذج ذات ملامح وخصائص مميزة تجسد نظرة حرفية متطورة للعملية الإخبارية وطرائق إعداد الأخبار لتكون صالحة للاستعمال من قبل وسائل الإعلام الإخبارية المختلفة، وكل أنموذج من هذه النماذج يكشف عن القوى المؤثرة في صناعة الخبر، ولكل واحد من هذه النماذج تأثيره ووقعه الخاص في غرف الأخبار لا بل حتى عند جمهورها، وهي:³³⁷

336 ينظر الى : عرض موجز البلاغة والحجاج عند بيرلمان، مصدر سبق ذكره.

337 ينظر الى كل من ' د. صالح شاكر وتوت، الخبر الصحفي عنصر اساس من عناصر العملية الاعلامية، جامعة اهل البيت، كربلاء، بحث منشور على موقع الجامعة ؛ د. عبد الستار جواد، فن كتابه الاحرار، عمان، 2002، ص 43 وما بعدها

1. أنموذج المرأة

يذهب أنصار هذا الأنموذج إلى أن الخبر يعكس كمرآة واقعا معينا بل عليه أن يؤدي هذه المهمة.

فالصحفيون والمراسلون يراقبون ويتأملون من العالم الذي حولهم ويرون ما يشاهدونه بدقة وموضوعية قدر الامكان مثلما تكون المرأة صادقة في عكس الصورة التي تقف أمامها.

أنصار هذا الأنموذج يدافعون عن وجهة نظرهم بالقول نحن لا نصنع الخبر بل ننقله فقط.

ومعنى هذا إن القائمين بالأخبار ما هم إلا قناة معلوماتية ينتجها غيرهم وهم يعكسون إي شيء يقع عليه نظرهم وليس لهم ان يقوموا بصياغة بأي شكل من الأشكال. والواقع إن هذه الأنموذج للخبر تتميز بها وسائل الإعلام السكسونية أو الناطقة بالإنكليزية التي تعتمد الموضوعية في التغطيات الإخبارية ونقول بان الصحفي يصف الحدث ولا يفسره ولا يشارك فيه.

2. الأنموذج الحرفي

أصحاب هذا الانموذج من دارسي الأخبار ينظرون إلى صناعة الأخبار على إنها محاولة يقوم بها محترفون ماهرون يقومون بتوليف الأخبار التي يتم اختيارها حسب أهميتها واجتذابها لجمهور وسائل الإعلام ولأسباب اقتصادية، فان التوجه نحو الجمهور له الاعتبار الأول.. وهذا ما يجعل الجمهور الفيصل الأول في اختيار الموضوع أو الموضوعات التي تحظى بالنشر وهذا معناه إن جمهور وسائل الإعلام هم حراس البوابة فما يقبلونه يرى النور وما يرفضونه يهمل أو يموت.

ومن المعروف إن الصحفيين المحترفين تهرسوا في كيفية مخاطبة الجمهور وتلبية طلباته واجتذاب اهتمامه، والصحفي المحترف يقاوم الكثير من الضغوط الداخلية والخارجية التي تسعى إلى إخراج الخبر أو الموضوع بالشكل الذي يزيده خدمة لمصالحها وأهدافها ولكن ذلك يجافي الأعراف الصحفية والتقاليد الراسخة في غرف الأخبار، فالصحفي المحترف يرى الخبر بضاعة متطورة خاضعة للمنافسة فضلا عن كونه خدمة اجتماعية المستفيد الأول منها هو الجمهور.

إن أخلاقيات المهنة وتقاليد الصحافة ومبادئ الاحتراف تعمل عملها في ذهن كاتب الخبر المحترف وهو يحول الأحداث إلى أخبار لها بناؤها وصياغتها ولها جمهورها الذي يتلهم لتلقيها.

3. النموذج المؤسسي

يقوم هذا النموذج على نظرية المؤسسة وتقاليدها وتعليماتها وطرائق تعاملها مع الأحداث والأخبار، ويرى أنصار هذا النموذج الإخباري إن اختيار الموضوع يبرز من خلال الضغوط التي تخضع لها العمليات المؤسسية وأهدافها، فالإخبارية لها أهميتها الخاصة مثلما مهمة كذلك الضغوط النابعة من العمليات الفنية لإنتاج الأخبار واعتبارات الكلفة وربح الاتجاه نحو تحقيق الربح وتطبيق الأنظمة القانونية، ويبرز الأثر المؤسسي في الخبر من خلال الدليل الأسلوبي الذي تعتمد كل مؤسسه إخبارية أو صحفية واسعة الانتشار ويتضمن هذا الدليل الذي يسمى أحيانا كتاب اليد تعليمات لغوية وأسلوبية وطرائق معتمدة في التعامل مع الأحداث على اختلاف أنواعها وتقاليد الوسيلة الإخبارية في إعداد الأخبار وتوزيعها.

وهناك بعض الصحف التي تعتمد الدليل الاسلوبي لوكالة أنباء اسوشيتد برس AP والذي ترك أثرا واضحا في أسلوب كتابه الخبر، وقد توالى طباعته منذ الستينيات وانتشر استخدامه في وسائل الإعلام المختلفة.

ان شيوع استخدام الدليل الاسلوبي إنما يدل على حرص المؤسسة الإخبارية والصحيفة على التمييز وإتقان صنعتها الإخبارية ومراعاة قواعد الكتابة والمعايير الأسلوبية وهذا المسمى في حد ذاته مؤشر على ان كتابة الأخبار أصبحت صناعة متقنة ودقيقة ولها خصائصها المميزة.

4. النموذج السياسي

يرى أتباع هذا النموذج من الأخبار إن الخبر في أي مكان هو نتاج الميول الأيديولوجية للقائم بالأخبار فضلا عن ضغوط البيئة السياسية التي تعمل في ظلها المؤسسة الإخبارية. فحين يكون المحيط السياسي ديمقراطية رأسمالية ذات توجهات تتعلق بالرعاية الاجتماعية فإن هذه القاعدة الأيديولوجية تلقي بظلالها على النظرة إلى العالم بشكل مناسب في تضاعف كل موضوع فعلي او متخيل.. فأنصار النظام القائم مثلا يصورون على أنهم أشخاص أخبار أما خصومه فهم سيئون وتقوم وسائل الإعلام بمتابعة الشخصيات ذات الشأن وكذلك المؤسسات الكبرى، أما الخارجون عن النظام أو ذوو المواقع الدنيا فيتم إهمالهم عموما.

ويتضح هذا النموذج في الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام في الدول الاشتراكية اذ يكون هدف الخبر هو تشكيل الرأي العام وفق مبادئ الاشتراكية، وفي هذه الدول تكون مهمة الصحفي مساعدة الدولة أو الحزب الحاكم في تنفيذ السياسات التي تخدم الاشتراكية وتساعد في تنفيذ الثورة.

ففي الصين مثلاً ينظر للخبر على أنه معلومات تفيد الحكومة ومثل هذا يقال عن بقية بلدان العالم التي تتباين أنظمتها السياسية وثقافتها العامة، ولذلك يصح القول بأن الخبر هو نتاج البيئة والتقاليد والأيدولوجيات السائدة.

والواقع إن النماذج الإخبارية الأربعة تجسد في نظرتها المختلفة تعقد العملية الإخبارية وتشابك العوامل المؤثرة في إعداد الخبر وتوزيعه في صيغته النهائية، كما تصور كذلك النظرات المتباينة للخبر كبضاعة معروضة في السوق وكنوع من الخدمة الاجتماعية تقوم بها وسائل الإعلام، وهذا يدل على أن فن كتابة الخبر على درجة عالية من الدقة والمسؤولية وتقتضي مهارات وخبرات كبيرة قادرة على استيعاب أبعاد العملية الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها.

الانموذج الاعلامي الحجاجي في الرسالة الصحفية

إن عملية بناء النموذج الاعلامي الحجاجي للتدرج البلاغي هو تصوير للعمليات التحريرية للرسالة الصحفية بمختلف أنواعها على وفق تدرج زمني ومعلوماتي ولغوي واسلوبي يراع الأهمية من حيث درجتها.

وفي ضوء ما تقدم يمكن تمثيل التدرج البلاغي والاسلوبي في تحرير الرسالة الاعلامية بالنموذج الآتي :³³⁸

338 هذا الانموذج اقترح من قبل المؤلف وقدمه ضمن بحثه الذي شارك فيه بالملتقى العلمي العالمي التاسع للغة العربية الذي عقد في اندونيسيا للمدة من 27 - 29 اب 2015، وقد اقر هذا النموذج من قبل اللجنة العلمية بالملتقى العالمي، ونشر في كتاب الملتقى الجزء الثاني ضمن مجموعة بحوث اللغة العربية اساس الثقافة الانسانية، وتم في هذا الكتاب شرح فقراته تفصيلا.

ت	نوع التدرج	درجات التدرج
1	التدرج البلاغي والأسلوبي من حيث التعبير السهل المنير	<ul style="list-style-type: none"> جملة سهلة القراءة جدا جملة سهلة القراءة جملة سهلة القراءة وواضحة ومفهومة إلى حد ما
2	التدرج في عرض المعلومات في النص الصحفي	<ul style="list-style-type: none"> جملة ثانوية تقدم ملخصات الأحداث جملة أساسية تروي ما حدث مباشرة
3	التدرج الزمني من حيث اهتمامات الجمهور ودرجة القرب منه	<ul style="list-style-type: none"> جملة بلاغية أسلوبية تخبر أولا عن ما سيحصل غدا عن وقوع حدث معين قبل أن تقدم ما سيحصل بعد سنة أو عشر سنوات جملة بلاغية أسلوبية تبين متى يتوقف الحدث
4	التدرج الجغرافي للحدث من حيث اهتمامات الجمهور المتلقي ودرجة القرب منه	<ul style="list-style-type: none"> جملة أسلوبية بلاغية تعبر عن حدث وقع في البلد جملة بلاغية أسلوبية تعبر عن حدث وقع في بلد مجاور جملة بلاغية أسلوبية تقدم صورة عن حدث دولي.
5	التدرج من حيث مؤشر الأهمية ودرجته	<ul style="list-style-type: none"> جملة أسلوبية بلاغية تعبر عن موضوع يرتبط بالمصلحة العامة جملة أسلوبية بلاغية تعبر عن موضوع يرتبط بمصلحة محدودة
6	التدرج الموضوعي	<ul style="list-style-type: none"> جملة تقريرية مسندة جملة توقعية مسندة جملة رأي مسندة جملة رأي معارضة ولكنها مسندة

7	التدرج في عرض الرأي	<ul style="list-style-type: none"> - آراء تفسيرية لا تتضمن حكما - جملة أسلوبية وبلاغية تشير إلى رفض أو قبول قاطع على الرغم من تضمنها معنى الحدث
---	---------------------	---

شرح فقرات النموذج

1. التدرج البلاغي والأسلوبي من حيث التعبير السهل المنير

يراع المحرر الصحفي من حيث التصنيف البلاغي والأسلوبي في تحرير أي نوع من الأنواع الصحفية لدرجات عرض الجمل الصحفية وصياغتها على وفق تدرجها فهل يبدأ بجملة سهلة القراءة جدا ام بجملة سهلة ام جملة سهلة نوعا ما، وكيف يمكن قياس وتقدير درجة سهولة قراءة الجملة ؟

ان اول شيء يجب التركيز عليه هو ان الجملة الصحفية كلما كانت مفهومة زاد انجذاب المتلقي للرسالة الصحفية، لان السهولة ترتبط بالفهم وهي مرتبطة بالوقت نفسه بعدد الكلمات التي تكون هذه الجمل ومدى قلتها وإيجازها بشكل يفني بالغرض، فعدد الكلمات هو المقياس الرئيسي لقياس درجة سهولة الجملة الصحفية.

وقد وزعت وكالة اليوناييتدبرس جدولا بمعدل طول الجملة وفقا لدرجة مقروئيتها، واعتمده الباحثون الإعلاميون في تقدير درجة الأسلوب المقروء ومستوى الصياغة اللغوية والأسلوبية من حيث سهولة الفهم وصعوبته، وهذا الجدول يبين تسلسل عرض الجمل الصحفية وفقا لدرجة مقروئيتها معتمدا على عدد كلمات كل جملة ومراعيًا للإيجاز والقصر في تشكيل هذه الجمل، وكما مبين في هذا الجدول.

ت	الجملة وفقاً لدرجة مقروئيتها	معدل الكلمات
1	جملة سهلة القراءة جداً	(8) كلمات حداً أقصى (وهو الحد الأعلى لعدد كلمات العنوان الرئيسي)
2	جملة سهلة القراءة	(11) كلمة حداً أقصى
3	جملة سهلة القراءة إلى حد ما	(14) كلمة حداً أقصى
4	جملة عادية (متوسطة - معيارية)	17 كلمة
5	جملة صعبة القراءة إلى حد ما	(21) كلمة
6	جملة صعبة القراءة	(25) كلمة
7	جملة صعبة القراءة جداً	(29) كلمة فأكثر

ويمكن جعل الاحتمالات التي قد تظهر عند عد وإحصاء الكلمات في الجملة الصحفية

وتحديد الجملة الخبرية خماسية دون الإخلال بالإطار العام للجدول أعلاه وكالآتي:³³⁹

ت	الجملة وفقاً لدرجة مقروئيتها	معدل الكلمات
1	جملة سهلة القراءة جداً	(8) كلمات حداً أقصى وهو الحد الأعلى لعدد كلمات العنوان الرئيسي (
2	جملة سهلة القراءة	9 كلمات - 14 كلمة حداً أقصى
3	جملة عادية (متوسطة - معيارية)	15 - 17 كلمة
4	جملة صعبة القراءة	21 كلمة - 25 كلمة
5	جملة صعبة القراءة جداً	(29) كلمة فأكثر

339 د. أكرم فرج الربيعي، الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الاخبار، مصدر سابق، 213.

والمخطط الآتي يبين قياس مستوى سهولة القراءة وصعوبتها ومدى توافر شرط الإيجاز والقصر في الجمل الصحفية

-----	++++
-------	------

1 معيار القراءة الاعتيادي

ويمثل الرقم (1) معيار القراءة الاعتيادي المحدد بـ 17 كلمة وهو معدل الكلمات للجملة العادية (المعيارية - المتوسطة)، فكلما قل عدد الكلمات في الجملة الصحفية عن معيار القراءة الاعتيادي واتجهت إلى اليسار كانت درجة سهولة القراءة أكثر وازدادت درجة توافر شرط الإيجاز والقصر في الجملة التحريرية الصحفية، أما إذا زاد عدد كلمات عناوين الأخبار عن معيار القراءة الاعتيادي بالاتجاه نحو اليمين في المستقيم أعلاه فإن درجة القراءة تزداد صعوبة وينعدم توافر شرط الإيجاز والقصر في هذه الجمل.³⁴⁰

2. التدرج في عرض المعلومات في النص الصحفي

وضع بروس وستلي مقياساً لقياس الجمل الصحفية مرتبة من الأقل موضوعية إلى الأكثر موضوعية وكالآتي :³⁴¹

أولاً : جمل النصح والتوجيه Advice: وتتجاوز هذه الجمل الحكم الموضوعي على الأخبار لتذكر في عبارات إنشائية ما ينبغي أن يحدث كقول الجريدة في سياق خبر ما (هذا لا يصح أن يحدث في بلد متحضر) دون أن تنسب ذلك لمصدر معروف.

340 د اكرم فرج الربيعي، الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الاخبار، مصدر سابق، ص214.

341 د محمد حسام الدين - المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص159، مقول

من : Brucc westley , op. cit , pp. 109 – 111.

ثانيا : جملة التقييم Evaluation : وتصف هذه الجملة الأحداث والأفكار والأشخاص بأنها جيدة أو رديئة كقول جريدة في سياق قصة خبرية ما (وما زال رجال البوليس يبحثون عن هذا الإرهابي الجبان) دون أن تربط القول بمصدره.

ثالثا : جملة التوقع والنتيجة : consequence : وتتعلق هذه الجملة بنتائج الأحداث أو التنبؤات بما سيحدث أو قد يحدث كأن تذكر جريدة أو محطة تلفزيونية في سياق أخبار نشرتها بأن (الانقلاب العسكري كان نتيجة لفشل النظام السابق) دون أن تنسب لمصدر ما.

رابعا : جملة المعلومات الخلفية : Back grounding : ويصفها البعض بأنها أكثر الجمل موضوعية لأنها لا تتضمن تقييما للأحداث والأشخاص ولكنها تتعلق بأحداث وقعت قبل دورة الأحداث الآتية.

وقد شاب هذا التقييم كثير من العيوب أبرزها عدم شموليته لكل العبارات الصحفية الممكنة والتداخل بين التقييم والنصح واحتمال تسرب الرأي أو الحكم في هذه الجملة. ولا يمكن استخدام هذا النوع من الجمل في تحرير الرسالة الصحفية الأخبارية لأن الخبر ينبغي أن يبتعد تماما عن الرأي وإصدار الأحكام ويقتصر على تلخيص الخبر والتعبير عن مضمونه بوضوح دون لبس أو غموض.

وهنا يجب ان يرتب المحرر الصحفي عرض جملة الصحفية في جسم الموضوع على وفق قالب الذي يعتمد، فإذا كان القالب المستخدم هو قالب الهرم المعتدل فيجب ان نستخدم التدرج المعروف في عرض الموضوع بتمهيد يوضع في المقدمة ثم تبدأ عملية عرض المعلومات من الجمل الأقل الى الأكثر معلوماتية، ووفق مقياس بروس وستلي يتم تدرج الجمل من الأقل موضوعية الى الأكثر موضوعية أي من جملة النصح والتوجيه ثم جملة التقييم ثم جملة التوقع والنتيجة ثم جملة المعلومات الخلفية، وإذا اتبع المحرر الصحفي قالباً آخر في تحرير أي نوع

من الانواع الصحفية مثل قالب الهرم المقلوب فأن ترتيب الجمل سيختلف بهذه الحالة أي تبدأ من الجمل الأكثر موضوعية إلى الأقل وهكذا.

وفي تحرير الخبر الصحفي فأن التدرج البلاغي في تحرير هذا النوع الصحفي يراع تقسيم المادة الخبرية إلى فقرات كل منها تحمل فكرة مستقلة مكوّنة من عدة جمل، ولابد للفقرة أن يكون فيها جملة رئيسة هي الجملة الأساس فيما تكون بقية جمل الفقرة مساندة لها، وقد تبدأ الفقرة بالجملة الأساس ثم تلحقها الجمل المساندة، وتسمى الأولى الاستدلال، وقد تبدأ الفقرة بالجمل المساندة وتختتم الفقرة بالجملة الأساس، وتسمى في تلك الحالة الاستقرائية أو الاستنتاجية، وترتب الفقرات حسب أهمية كل منها وفقاً لقاعدة الأهم، فالأهم، ما يعنى أن الهرم المقلوب المتدرج هو أصلح القوالب الفنية في كتابة الأخبار، كما يفضل أن تتكون الفقرة من جملتين أو ثلاث جمل مع عدم خروج أفكار الجمل عن الفكرة الأساسية للفقرة.³⁴²

3. التدرج الزمني من حيث اهتمامات الجمهور ودرجة القرب منه، والتدرج الجغرافي للحدث من حيث اهتمامات الجمهور المتلقي.

ويربط هذان النوعان من التدرج بين الزمن ودرجة قرب الحدث ومستوى أهميته سواء كان القرب جغرافياً (مكاني) أو نفسياً أو عاطفياً، فالإنسان يهتم بنفسه أولاً ثم بأسرته ثم بالمحيط الذي يعيش فيه، فأى حادث يقع لهؤلاء لابد أن يستثير اهتمامه بصورة أكبر من حادث يقع للأخرى، فالإنسان يهتم بأخبار مدينته التي يعيش بها أكثر من أخبار المدن الأخرى.

وبذلك تنتج أهمية الخبر مثلاً في حد ذاته عن تحليل وتقييم وقراءة وحكم على الخبر والتفطن إلى دلالاته اعتماداً على اطلاع مسبق للصحفي يسمح له بوضع

342 فتحي الشيخ، كتابة الخبر الصحفي... الخروج من القوالب القديمة، موقع الصوت الحر، الشبكة

العربية لدعم الاعلام، 9 - 12 - 2013، www.asahnetwork.org.

الخبر في سياق فكري ودلالي أشمل وكأن الخبر قطعة معزولة لا ندرك حجمها إلا إذا وضعناها في الصورة الكاملة ولا تكتمل الصورة إلا إذا توفرت للصحفي الخلفية اللازمة والمعرفة الكافية والرؤية الشاملة.

فارتباط الخبر بجهة مهمة ذات وزن محلي أو دولي يعطيه أهمية خاصة، فقرار مجلس الوزراء أهم من قرار مجلس بلدي، وقرار مجلس الأمن أهم من قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة، وتصريح رئيس دولة عظمى أهم من تصريح رئيس دولة صغرى، وبيان صادر عن جمعية لها مجموعة أو كتلة في مجلس النواب

أهم من بيان لجمعية ليس لها ممثل واحد في مجلس النواب وهكذا.³⁴³

وتقوم الحجج المبينة للواقع بالربط بين وقائع متعاشية أو متتابعة، في حدود ثلاث تلازمات: التلازم المكاني، والتلازم الزماني، والتلازم الرمزي، فهذه الحجج تستند إلى الجمع بين أحداث أو أشياء مترابطة مكانياً، أو زمانياً، أو رمزياً، وهو ربط لا نخلقه ولكننا نلاحظه وننبه عليه، ونستدل على شيء بشيء آخر يرتبط به³⁴⁴

فالاحتجاج يعتمد على تقديم عدد كبير من الحجج مختارة اختياراً حسناً ومرتببة ترتيباً محكماً لتترك أثرها في المتلقي، وهذه الخاصية تجعلها تتميز عن البرهنة.

ومن هنا يبرز سؤال مهم تحدد الإجابة عنه طريقة تدرج عرض الحدث على وفق درجة قربهِ من الجمهور، والسؤال هو : كيف يرتبط الفرد بالعالم الخارجي؟ وما الذي يجعله يهتم أي يخصص وقته وجهده ويوظف طاقته وجزء من ماله لشخص أو لموضوع أو لنشاط محدد؟

ويتجسد الاهتمام والقرب عبر مجموعة أبعاد متعددة :³⁴⁵

343 د. مهدي الجندوبي، قيم الخبر، وثائق تعليمية في الصحافة، 18 - 11 - 2010.

344 ينظر الى : عرض موجز للبلاغة والحجاج عند بيرمان، مصدر سبق ذكره.

345 د. مهدي الجندوبي، قيم الخبر، وثائق تعليمية في الصحافة، 18 - 11 - 2010.

1. بعد فكري يجعل الشخص مستعدا للتفكير في الموضوع ويحرص على تعلّم ما يلزم ويريد الاستماع إلى كل ما يدور حول موضوع اهتمامه ومن بينها الأخبار

2. بعد نفسي وعاطفي يجعل الفرد شديد الحرص على موضوع الاهتمام يضعه في أعلى سلم مشاغله ويجد متعة وسعادة في التعامل مع الموضوع وينفعل ويهتز أمام كل ما يهدد موضوع اهتمامه ويمثل البعد العاطفي حافزا في تخصيص أكثر وقت وأكثر جهد و قبول التضحية

3. بعد حركي وسلوكي يجعل الفرد مستعدا للقيام بأي عمل له علاقة بالموضوع

فكلما اقترب الخبر من هذه المنطقة في حياة الفرد أو المجموعة لاقى أكثر حظوظا لشد الانتباه، أي كسر جدار اللامبالاة والنجاح في إقناع القارئ أن الخبر يستحق الوقت والجهد للاستماع إليه لأنه يتعلق بأمر يشغله وأنه لا يقل أهمية عن الأنشطة الأخرى التي يقوم بها الفرد في حياته اليومية.

وتهر علاقة الإنسان بالآخرين في جانب كبير عبر العواطف الإيجابية المحبة والتقدير والتعاطف بمختلف درجاتها والسلبية مثل الكره والحيطة والتوجس، والأخبار التي تمس هذه المنطقة الحساسة في الإنسان تنجح في شد انتباهه، فالأبناء موضوع شديد الوقع على الناس وكل موضوع له علاقة بصحتهم وتعليمهم وتشغيلهم وكل ما يمس أوجه حياتهم يشغل الناس (قد لا يهتم بعض أولياء الأمور بالجامعة سوى لأن أحد أبنائهم منتظم بهذه الجامعة فكل خبر حول الجامعة يشد انتباهه لما له من وقع على أحد أفراد الأسرة) وكل ما يمس الإنسان في عظمته وقوته وفي شره وضعفه يشد الناس، فقصص الموت والحب والصدقة والخيانة وغيرها من العواطف التي تناولتها الأساطير والآداب هي أيضا أخبار

تشد الانتباه. كما يدخل في هذه الخانة الاهتمام بالحيوانات الأليفة والبرية وأخبار انقراض بعض الفصائل.

وتأسيسا على ما تقدم ينطلق التصنيف الثالث في النموذج الاعلامي للتدرج البلاغي في ترتيب الجمل البلاغية الاسلوبية المعبرة عن الحدث وفقا لدرجة ارتباطها بالأهمية وقربها من الجمهور وكالاتي :

1. جملة بلاغية اسلوبية تخبر أولا عن ما سيحصل غدا عن وقوع حدث معين قبل ان تقدم ما سيحصل بعد سنة او عشر سنوات.

2. جملة بلاغية اسلوبية تبين متى يتوقف الحدث.

فالجملة الاولى التي يجب ان تصدر النوع الصحفي الذي يخضع للتحريير والصياغة الصحفية يجب ان تعرض للمتلقي عن ما سيحصل له الان وغدا لانه من الناحية النفسية والعملية يحتاج الى الشيء القريب منه زمانيا ومكانيا اما ما تخبره عما سيحصل بعد عشر سنوات فإنه يمكن ان يؤجل الاهتمام بها، اما الجملة الثانية فأن الجمهور يبحث دائما عن اخباره متى يتوقف الحدث خصوصا اذا كان يشغل تفكيره واهتمامه بدرجة عالية، لذلك فأن التدرج البلاغي في الرسالة الصحفية يجب ان يراع ترتيب هذه الجمل في ضوء نوع قالب الهرم الصحفي المستخدم في التحرير والصياغة.

وعليه يصنف النوع الرابع في النموذج الاعلامي للتدرج البلاغي الجمل الصحفية البلاغية والاسلوبية بالاتي :

1. جملة بلاغية اسلوبية تعبر عن حدث وقع في البلد.

2. جملة بلاغية اسلوبية تعبر عن حدث وقع في بلد مجاور.

3. جملة بلاغية اسلوبية تقدم صورة عن حدث دولي.

ويتبين مما تقدم ان درجة قرب حصول الحدث من الجمهور ترتبط بدرجة اهتمامه بالحدث ومتابعته وانجذابه اليه، لذا يجب ان يكون التدرج البلاغي في الرسالة الصحفية مراعيًا لهذا الترتيب.

ويرتبط النوعان الثالث والرابع في النموذج الاعلامي للتدرج البلاغي بالنوع الخامس المتمثل بالتدرج من حيث مؤشر الأهمية ودرجته، اذ تشكل مستويات اهتمام الجمهور بالحدث المحرك الرئيسي في تدرج عرض الجمل البلاغية الاسلوبية المعبرة عن الحدث، ذلك لأن " قيمة النص تتحدد في استقبال المتلقي له وتفاعله معه، وبدون المتلقي يظل النص ناقصا لأن كاتب النص لا يكتب لذاته وإنما يكتبه لمتلقي واع يستطيع أن يعيد التجربة ويتفاعل معها"³⁴⁶.

فالذي يميز الفن الصحفي عن سائر الفنون كما يقول الدكتور ابراهيم امام هو ارتباطه الوثيق بال جماهير فضلا عن عموميته، ودورته، وعلى هذا الأساس يسعى الفنان الصحفي إلى تحويل الفكر الأكاديمي المجرد إلى عرض فني منسق يستسيغه الجمهور دون أن يهبط إلى مستوى الإسفاف والمبالغة، وهذه هي المعادلة الصعبة أو التحدي العظيم الذي يواجه الفن الصحفي الحديث.

وعليه يجب ان تكون الجمل البلاغية والاسلوبية التي يكتبها المحرر الصحفي مراعية لمؤشر اهمية المعلومة او الواقعة او الحدث.

لذا فان مؤشر الاهمية يجب ان يخضع للتدرج البلاغي على وفق درجته عند الجمهور، وكالاتي :

1. جملة اسلوبية بلاغية تعبر عن موضوع يرتبط بالمصلحة العامة.
2. جملة اسلوبية بلاغية تعبر عن موضوع يرتبط بمصلحة محدودة.

346 محمد عبد المطلب • البلاغة والأسلوبية، الشركة المصرية العالمية للنشر : لونجمان، 1994، ص 237.

وعلى سبيل المثال فأن خبرا عن اعتماد البرلمان للموازنة العامة قد لا يجذب القارئ ولا يثير انتباهه إذا جاء العنوان المعبر عنه تقريريا خاليا من اهتمامات الناس مثل : البرلمان يعتمد الموازنة العامة للدولة.

وعلى الرغم من أن هذا العنوان صحيح من الناحية التحريرية والصياغة اللغوية والأسلوبية إلا أنه يهمل وظيفة جذب انتباه القارئ فهو لا يخاطب اهتماماته، وكان من الأفضل التركيز عند صياغة عنوان الخبر على تقديم إجابة للسؤال الذي قد يتبادر إلى ذهن القارئ عن تأثير هذه الموازنة الجديدة على حياته.

وفي هذه الحالة تعالج الصياغة بالتركيز على ما تضمنته الموازنة من زيادة للأجور أو خفض للضرائب (الفائدة الإيجابية) أو خفض للأجور وزيادة للضرائب (الفائدة السلبية)، وكما موضح في أمثلة العناوين الآتية :³⁴⁷

- تعديل سلم رواتب الموظفين في الموازنة الجديدة
 - الموازنة الجديدة تقرر خفضا كبيرا في الضرائب
 - فرض ضرائب جديدة في الموازنة المقررة
4. النوعان السادس والسابع في النموذج الاعلامي للتدرج البلاغي (التدرج الموضوعي و التدرج في عرض الرأي)

قسم هايا كاوا العبارات الصحفية الى ثلاثة انواع هي :³⁴⁸
أولا : التقريرية : وتعلق بالحقائق ويسهل التثبت منها فورا.
ثانيا : التوقعية : ويتميز هذا النوع من العبارات بالذاتية ولا يمكن التثبت منها على الفور.

³⁴⁷ د اكرم فرج الربيعي، الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الاخبار، دليل اسلوبي في عونته الحر الصحفي، مصدر سابق، ص166

³⁴⁸ د. محمد حسام الدين : مصدر سابق، ص160.

ثالثا : الحكمية : وتتضمن مشاعر الكاتب أو المتحدث سواء كانت مشاعر ايجابية أو سلبية.

وتستخدم العبارات الصحفية التوقعية والحكمية في صياغة الانواع الصحفية (التحقيق الصحفي، المقال الصحفي، الحديث الصحفي) لان الرأي والانطباعات يمكن ان يثبتها المحرر الصحفي في الخاتمة أي في قعر قالب الهرم المستخدم في الصياغة والتحرير، بينما يتضمن جسم (التقرير والخبر والتحقيق والمقال) العبارات الصحفية المتمثل بالعبارات التقريرية لأنها تعبر عن حقائق يسهل التثبت منها، وهو ما يتوافق مع صفات الخبر وخصائصه الفنية.

وطور الباحث لوري العبارات الصحفية لـ هايا كاوا الثلاثية إلى مقياس ذي ثمانٍ جمل صحفية تبدأ من الأكثر موضوعية إلى الأقل موضوعية وكالاتي:³⁴⁹

أولا : جملة تقريرية مسندة

ثانيا : جملة تقريرية غير مسندة

ثالثا : جملة توقعية مسندة

رابعا : جملة توقعية غير مسندة

خامسا : جملة رأي مسندة مؤيدة

سادسا : جملة رأي مسندة معارضة

سابعا : جملة رأي غير مسندة مؤيدة

ثامنا : جملة رأي غير مسندة معارضة.

349 المصدر السابق، ص160 وما بعدها، منقول من :

Dennis T. lowery , " Agnew and the Net work T. V News : a Before l After content Analysis , op. cil , pp. 205 - 210.

وتصلح الجملة الأولى من ترتيب لورى للتطبيق في صياغة الأخبار في إسناد المعلومات إلى مصدرها، أما بقية أنواع الجمل الصحفية التي تبدأ من النوع الثاني إلى النوع الثامن فيمكن استخدامها في الأنواع الصحفية الأخرى لأن هذه الأنواع تسمح في قوالب تحريرها بالرأي والتوقع.

وقدم الدكتور محمد حسام الدين تصنيفا لتدرج الجمل حسب درجة موضوعيتها³⁵⁰ يتفق مع تصنيف هايا كاوا - لورى في ترتيب الجمل التقريرية والتوقعية والحكمية وفقا لدرجة موضوعيتها من الأكثر موضوعية (التقريرية) إلى الأقل موضوعية (الحكمية)، ولكنه يختلف في استحداث جمل لم تكن موجودة، وقد ظهرت بالمحك العملي عند اختيار عينه استطلاعية لمجموعة من الجمل الصحفية.

ويتكون هذا النموذج الترتيبي من اثنتي عشرة جملة متدرجة من الأكثر موضوعية إلى الأقل موضوعية وكالاتي :

أولا : جملة تقريرية مسندة

ثانيا : جملة تقريرية غير مسندة

ثالثا : جملة تقريرية توقعية مسندة

رابعا : جملة توقعية مسندة

خامسا : جملة تقريرية - حكمية مسندة

سادسا : جملة توقعية - حكمية مسندة

سابعا : جملة حكمية مسندة

ثامنا : جملة تقريرية - توقعية غير مسندة

350. د. محمد حسام الدين : مصدر سابق، ص 161 - 162.

تاسعا : جملة توقعية غير مسندة

عاشرا : جملة تقريرية - حكمية غير مسندة

إحدى عشر : جملة توقعية - حكمية غير مسندة

اثنتا عشر : جملة حكمية غير مسندة.

وفي صياغة الأخبار لا يجوز الخلط بين الرأي والحقيقة، إذ ينبغي أن تكون الجمل الخبرية تقريرية لأنها تتوافق مع شرط المباشرة في نقل الحقائق، أما إذا تدخل الرأي وإصدار الحكم مع هذه الجمل فأنها تفقد الصفة الخبرية وتتحول إلى مواد الرأي مثل المقالات والتحقيقات الصحفية، أما الأنواع الأخرى من الجمل الصحفية الواردة في هذا المقياس فأنها تصلح للتطبيق في تحرير الأنواع الصحفية الأخرى لأنها جمل رأي.

وقد صنف البروفسور هاوارد دين الجمل الخبرية إلى صنفين أساسيين³⁵¹:

أولا : جملة معلومات Statement of facts : وتنقسم إلى :

1. جمل ثانوية تقدم خلفية الأحداث ووصف اتجاهات الأخبار وتحليل القوة

المؤثرة فيها والمواد الأخرى التي تساعد المتلقي في فهم هذه الأحداث.

2. جمل أساسية يروي المخبر الصحفي فيها الأخبار مباشرة ويتكلم عما

حدث.

351 د عبد الستار جواد ، اللغة الإعلامية دراسة في صناعه النصوص الإعلامية وتحليلها، منشورات دار

الهلal للترجمة ، المملكة الاردنية الهاشمية، اربد، 1998، ص96 - 97، مقول من : Howard H. Dean

Effective Communication, N. Y : prentice - Hall , 1954 , p. 508.

ثانيا : جملة رأي Statement of opinion : وتنقسم إلى :

1. آراء تفسيرية لا تتضمن قيما أو ميولا أو ربما يقدم المراسل أو المعلق وهو يفسر الأخبار توقعات مستندة إلى المعلومات المتوفرة وقد يقدم آراء دون أن يقطع حكما على الأحداث.

2. أحكام القيمة : وفيها يوضح المخبر الصحفي أو الكاتب مباشرة أو ضمنا أن هذا الشيء جيد أو سيء، وتطلق هنا أي جملة تشير إلى رفض أو قبول قاطع بالرغم من تضمنها معنى الأحداث.

فإذا ما زاد عدد جمل الرأي كان النص الإعلامي نصا معدا لنقل رأي أو تفسير معين وعن قصد إعلامي، في حين إذا رجحت كفة جمل المعلومات، فأن هدف النص هو تنوير المتلقي بالمعلومات وخلو النص من هدف دعائي.

ويتبين مما تقدم ان ترتيب الجمل الصحفية لا يرتبط فقط بقوة المعلومة من حيث درجة اهميتها وانما يرتبط ببلاغتها واسلوبيتها وطريقة تركيبها وتحريرها، لان القوالب الصحفية في التحرير تتطلب صياغة معلوماتية واسلوبية وبلاغية تقدم من خلالها الحجج الاعلامية والوقائع والحقائق بشكل يلفت انتباه المتلقي ويثير انتباهه ويجذبه الى متابعة النص الصحفي لنهايتها.

ويمكن ان يحقق استخدام السلم الحجاجي في تحرير الانواع الصحفية هذه الاغراض لأنه يعتمد التدرج البلاغي الاقناعي في عرض الجمل بهدف التأثير في المتلقي وهو ما تسعى اليه الانواع الصحفية بمختلف نصوصها، كما يتبين ان اساس بناء قوالب التحرير الصحفي سواء كان قوالب الهرم المعتدل او قوالب الهرم المقلوب يعتمد على اسلوب التدرج في السلم الحجاجي لغرض تحقيق الاقناع بأعلى مراحلها، فعلى سبيل المثال ان بحثا أكاديميا أو علميا جادا، بمصطلحات العلم المجردة، وأساليب التعبير الأكاديمية، وطرق الاستدلال المنطقية، لا يعد من الفن الصحفي في شيء، حتى لو نشر في صحيفة ذات توزيع

مرتفع، ولكن عندما يأتي الفنان الصحفي، ويأخذ هذا البحث الأكاديمي المجرد، ليعالجه علاجاً جديداً بالتبسيط والتجسيد والتصوير، والتشبيه الواقعي الحي، مستعيناً بفنون الإخراج الصحفي من عناوين وصور ورسوم وكاريكاتور، وأهم من ذلك كله لغة واقعية خالية من التعقيدات المجردة، فيصح القول بأن هذه هي بداية الفن الصحفي.

وهكذا يمكن اعتبار الفن الصحفي رؤية جديدة للعالم، تنطبق مع رؤية الشخص العادي، بمعنى أن الفنان الصحفي يترجم المصطلحات الجامدة المجردة المعقدة إلى مصطلحات الواقع العملي النابض بالحياة، وهنا نجد أن الفن الصحفي فن ابتكاري بكل معنى الكلمة، فالسؤال الذي يطرحه الفنان الصحفي دائماً هو: كيف يمكن أن تصل هذه المعلومات إلى الجمهور بطريقة مفهومة مستساغة؟ ولقد عالجت الكثير من المدارس الفنية والفلسفية والعلمية الحديثة رغم صعوبتها، كالمنطق الوضعي والوجودية والنسبية والتكعيبية، بمصطلحات الفن الصحفي، فأمكن نشرها بين الجماهير.

خلاصة النتائج والاستنتاجات

افرز هذا الكتاب جملة من الاستنتاجات والنتائج التي توضح التدرج البلاغي في الرسالة الصحفية وعلاقته بآليات تطبيق السلم الحجاجي وقوانينه ومدى وجود درجة الصفر البلاغي في تحرير الانواع الصحفية وكالاتي :

1. عدم وجود درجة الصفر البلاغي في الرسالة الصحفية سواء كانت هذه الدرجة نسبية او مطلقة.

2. تشابه وظيفة التحرير الصحفي مع المهمة التي يقوم بها التصاعد البلاغي في كتابة النص ومع وظيفة السلم الحجاجي في ترتيب الحقائق والحجج، مما يعني وجود علاقة قوية بينهما.

3. ان الاساس اللغوي الذي يعتمد في كتابة الخبر الصحفي وصياغته وتحريره على وفق القوللب المشهورة في الدراسات والكتب المنهجية الاعلامية هو اساس بلاغي اقناعي بالدرجة الاولى لأنه يعتمد اسلوب التدرج الحجاجي او التصاعد البلاغي في عرض الموضوع بالتعبير عن الفكرة باستخدام اللغة، اذ ان اكثر تطبيقات التصاعد البلاغي في تحرير الرسالة الاعلامية نجدها في القوالب الفنية لكتابة الخبر.

4. حاجة النص الصحفي في تحريره وصياغته الى بلاغة اسلوبية فبدونها لا يمكن ان تتحقق الغايات الاتصالية للرسالة الاعلامية بالكامل.

5. يعتمد تحرير الرسالة الإعلامية الى تدرج بلاغي في عرض المعلومات والافكار ومراعاة التدرج الزمني وسهولة مقروئية الجملة ووضوحها سواء كان هذا التدرج تصاعديا او تنازليا وحسب طبيعة الموضوع والنوع الصحفي.

6. تدرس البلاغة الحديثة اشكال الاتصال المؤثر كلها، وتبنى هذه البلاغة في عملية الحجاج على عاملين جوهريين هما : وجود الوسيلة الفنية التي تتيح

حدوث الاتصال، أي اللغة التي يشترك فيها المتكلم وجمهوره، وضرورة ان يكيف المتكلم نفسه مع جمهوره.

7. تحتاج العملية الاتصالية الى بلاغة الاقناع التي تستلزم فعالية لغوية ومنطقية تؤثر في المتلقي وتجعله يعيد النظم فيما كان يحمل من أفكار ومعتقدات، فقد اظهرت الدراسة التي تناولها هذا الكتاب ان البلاغة الاقناعية احدى الاستخدامات الرئيسة في الاتصال وفي تحرير الانواع الصحفية، اذ تعددت النظريات التي حاولت تفسير الظاهرة الإعلامية وتأثيراتها على الجمهور، عن طريق مدخلين هما: المدخل النفسي لتفسير مكونات الظاهرة، ثم المدخل الاجتماعي، من واقع البحوث الميدانية، التي حاولت الوقوف على العملية الإعلامية وتأثير الرسالة الإعلامية على الجمهور المستهدف.

8. تعتمد الانواع الصحفية على الاتجاه البلاغي المنطقي في توجيه مضمون رسائلها الى المتلقي وتحقيق غاياتها الاتصالية في الاقناع.

9. يتوقف نجاح الرسالة الصحفية بكل انواعها (الخبر والتحقيق والتقرير والمقال والحديث الصحفي) على ما يقدم من حجج وحقائق وافية، فالحجاج وسيلة من وسائل الاقناع، فلا يخلو أي نص سواء كان ادبيا او اعلاميا او قضائيا او فلسفيا او نقديا او علميا او فكريا من الحجاج، اذ تتميز لغة النص الحجاجي بأنها لغة تقريرية موضوعية تعبر عن الافكار بوضوح ومباشرة، وهو ما نجده في مميزات لغة الصحافة بشكل خاص واللغة الاعلامية عموما.

10. تتم مقارنة الاقناع البلاغي في ثلاثة زوايا الاولى تتمثل بزوايا بنية وسائل الاتصال، والثانية بزوايا محتوى الرسائل، والثالثة بزوايا الآثار التي يحدثها الاقناع

11. تتشابه طريقة تحرير الانواع الصحفية على وفق قالب الهرم المعتدل مع تسلسل ماسلو الهرمي للاحتياجات الذي وضعه العالم الامريكي (ابراهام ماسلو) اذ رتب الاحتياجات في شكل هرمي ذي خمس مستويات بناءً على درجة أهميتها، بينما يمثل هيكل الهرم المعكوس في تحرير الانواع الصحفية قاعدة الأهمية المتناقصة التي نجدها في التدرج البلاغي المتمثل بالسلم الحجاجي.

12. يتطلب التدرج البلاغي في الرسالة الصحفية بأنواعها كلها وضع خارطة اعلامية لجغرافية التحرير الصحفي تراعي الزمان والمكان والمناخ والجمهور، وتتمثل هذه الخارطة في بناء نموذج اعلامي معرفي يستمد اسسه العلمية من نظريات المعرفة واحكام التحرير الصحفي، ويعتمد على البلاغة الاسلوبية في صياغة الرسالة الصحفية على وفق السلم الحجاجي، وقد قدم هذا الكتاب امودجا اعلاميا للتدرج البلاغي يلبي هذه المتطلبات.

المصادر

أولاً : القرآن الكريم

ثانياً : المعاجم والقواميس

1. ابن منظور، اللسان، مادة (حج) ؛ الجويني، الكافية في الجدل.
2. احمد ركي بدوي، معجم مصطلحات الاعلام (انجليزي، فرنسي، عربي)، ط2، دار الكتاب اللبناني، لبنان، 1994.
3. الكليات، أبو البقاء الكفوي، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1993.
4. لسان العرب، مادة حجج، ج 2 / 778، دار المعارف، القاهرة، د ت.
5. معجم النقد الادبي، ترجمة وتحرير، كامل عويد العامري، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2013.
6. معجم المعاني، معجم عربي عربي، معجم اللغة العربية المعاصر، معجم الرائد، المعجم الغني.

ثالثاً : المؤلفات العربية

1. ابراهيم بن منصور التركي، لغة الاعلان التجاري دراسة بلاغية، ابحاث، جامعة القصيم، السعودية، بلا سنة نشر.
2. ابراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الانجلو المصرية، ملف معد آلياً بواسطة المكتبة الشاملة، الجزء 1: www.shamela.ws.
3. ابراهيم امام، تطور الصحافة الانجليزية، 1956.
4. ابراهيم بن عبد الله السماعيل، المقارنة بين البلاغة والاسلوبية، المحاضرة الثانية عشرة، كلية اللغة العربية، مقرر تأريخ البلاغة، المستوى الاول، 28 - 1 - 1433 هـ www.DrIbrahim.

5. ابن سنان الخفاجي، سر الفصاحة، قدم له، إبراهيم شمس الدين، ناشرون، بيروت - لبنان، 2010.
6. ابن رشيقي القيرواني، العمدة في محاسن الشعر وأدابه ونقده، تحقيق : محمد محي الدين عبد الحميد، ط5، دار الجيل، بيروت، 1981، 2 \ 173.
7. أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، الدار البيضاء، العمدة في الطبع، 2006.
8. أبو بكر العزاوي، الحجاج واللغة، مطبعة الاحمدية، الدار البيضاء، 2006.
9. أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، مؤسسة الرحاب الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2009.
10. أبو اسماعيل أعبو، الخطاب الحجاجي، موقع التواصل مع تلاميذي.
www.abouismail.page.tl.
11. احمد سماحة، قراءة في مجموعة انطفاءات الولد العاصي، ملحق جريدة اليوم، العدد : 5231.
12. احمد المغاري : التذوق الفني والفن الصحفي الحديث، المجلد الثالث، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1984.
13. أحمد مصطفى المراغي، علوم البلاغة، المكتبة العصرية، بيروت، 1426هـ.
14. احمد زين الدين، التحرير الصحفي دليل عملي، ط1، دار الحياة، بيروت، 2008.
15. اديب خضور، مدخل الى الصحافة نظرية وممارسة، ط2، سلسلة (المكتبة الاعلامية) من الناشر، دمشق، 2000.
16. اسماعيل شكري، في نقد الصور البلاغية : مقارنة تشييدية، وزارة الثقافة، المملكة المغربية، www.minculture.gov.ma، وللمزيد ينظر الى كل من : جماعة 1982، m ؛ كتاب قونطاني، 1977، نظرية المستويات في بنفيس، 1967.

17. أشكال تحرير الخبر الصحفي، دروس في الصحافة والتنشيط، منشور على الرابط، hommane02.blogspot.com تاريخ الدخول للموقع 13 - 11 - 2015.
18. أكرم فرج الربيعي، الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الاخبار، دليل اسلوبي في عنوان الخبر الصحفي، دار أمانة للنشر والتوزيع، الاردن، 2014.
19. أكرم فرج الربيعي، التصاعد البلاغي في اللغة العربية وعلاقته بتحرير الرسالة الاعلامية، دراسة في بناء نموذج اعلامي للتدرج البلاغي، بحث قدم الى الملتقى العلمي العالمي التاسع للغة العربية في اندونيسيا للمدة من 27 - 29 - 8 - 2015، كتاب المؤتمر، ج2، مجموعة بحوث اللغة العربية أساس الثقافة الانسانية.
20. أكرم فرج الربيعي، الصحة الاسلوبية في صياغة الاخبار تكتيك الخبر الصحفي، بيروت، 2012.
21. أمجد نجم الزيدي، تمثلات ليليث مقاربات نقدية في الشعر والسرد، الرسوم للصحافة والنشر والتوزيع، بغداد، 2015.
22. انور الجمعاوي، استراتيجيات الحجاج في المناظرة السياسية، مناظرة التنافس على الرئاسة بين نيكولا ساركوزي وفرانسوا هولاند، سلسلة دراسات، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة - قطر، مايو 2013.
23. ايمن ابو مصطفى، مقدمة رسالتي لنيل درجة الماجستير في بلاغة الحجاج والاقناع، ملتقى اهل التفسير، ملتقى الرسائل الجامعية في الدراسات القرآنية، 6 - 3 - 2013، vb.tafsir.net.
24. باديس لهوميل، التداولية واللغة العربية، ابحاث في اللغة والادب الجزائري، مجلة المخبر، العدد السابع، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2011.
25. بتول سبيت السهلي، البلاغة والاسلوبية، بلاغة 2، مواقع اعضاء هيئة التدريس، جامعة الامير سطاتم بن عبد العزيز.

26. البشير عزوري، حجاجية الاستعارة في الشعر العربي ديوان المتنبي نموذجا، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، الجزائر، 2014.
27. بلقاسم دفة، استراتيجيات الخطاب الحجاجي، دراسة تداولية في الارشالية الاشهارية العربية، مجلة المخبر، العدد العاشر، الجزائر، 2014.
28. تحليل الخطاب الصحفي دراسة نظرية وتطبيقية، الجمعية الدولية للمترجمين واللغويين العرب.
29. تعلمية الانتاج الكتابي، العلاقة بين المكتوب والقراءة، www.s370609782e88d060.jimcontent.com.
- تاريخ الدخول للموقع، 24 - 11 - 2015.
30. تيسير ابو عرجة، اللغة في الخطاب الاعلامي، المحاضرة الثانية عشرة، مجمع اللغة العربية الاردني، الخميس 21 تشرين الثاني 2013، www.majma.org.
31. جعفر حسن، في المعنى الادبي، مجلة ديوان العرب، 7 - 6 - 2007.
32. جمال حضري، الاسلوبية النصية من خلال مفهوم الانزياح، جامعة ام القرى، بحث منشور على موقع الجامعة الالكتروني، Uqu.edu.sa/page/ar\146514، تاريخ زيارة الموقع 12 - 11 - 2014.
33. جميل عبد المجيد : البلاغة والاتصال، دار غريب، القاهرة، 2000.
34. جميل حمداوي، الحجاج اللغوي في القصة القصيرة جدا، مجلة ادب فن الثقافية الالكترونية، 12 - 11 - 2014، www.adabfan.com.
35. جيهان احمد رشتي : الاسس العلمية لنظريات الاعلام، ط2، بلا دار نشر، كلية الاعلام - جامعة القاهرة، 1978.
36. جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر، القاهرة، 1975.

37. حسن عماد مكاوي، نظريات الاتصال، المحاضرة الثانية، محتوى الرسائل الاعلامية واستراتيجيات الاقناع، مدونة مستر اعلام، www.mr-e3lam، تاريخ الدخول : 16 - 11 - 2015.
38. حسن المودن، بلاغة الخطاب الاقناعي، نحو تصور نسقي لبلاغة الخطاب، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر، الاردن، 2014.
39. حسين علي الناجي، مستوى مقروئية ودرجة اشراكية كتاب اللغة العربية، موقع اون لاين، 27 ربيع أول 1424 هـ - 29 مايو - 2003م
40. حمودي محمد، الحجاج واستراتيجية الاقناع عند طه عبد الرحمن، مقاربة إبستيمولوجية، موقع جامعة مستغانم الجزائرية، منشور على الرابط.
<http://www.attanafous.univ-mosta.dz>
- تاريخ الدخول للموقع، 17 - 11 - 2015.
41. خالد بن محمد الجديع، المناويل الحجاجية وتخصيب الدرس النقدي، الجزيرة الثقافية، العدد : 318، الخميس 28 شوال 1431 هـ jahirah.com.
42. خالد عبد الرؤوف الجبر، معالجة المعنى في التراث الفكري العربي، المجلة العربية للعلوم الانسانية، الكويت، العدد : 9، 2005.
43. خالد محمود جمعة، مقدمة في كتاب نحو نظرية اسلوبية لسانية، دمشق : دار الفكر، 2003.
44. خالد اسماعيل صاحب، الطرائق الحجاجية النحوية في الخطابة السياسية، مجلة كلية التربية للعلوم الانسانية، جامعة ذي قار، المجلد (5)، العدد (1)، آذار 2015.
45. خالد ابراهيم المحجوبي، بلاغة اللغة ولغة البلاغة، (اللغة العربية بين تعدد المستويات واضطراب المعايير)، الكلية التقنية بجدة، مركز الدراسات العامة، منتدى

اللغة العربية، المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، arbtech.ahlamontada.com، تاريخ الدخول للموقع 12 - 11 - 2015.

46. خصائص الاسلوب التقريري، منتديات عالم اللغة العربية.

www.mostafaaboussaad.blogospit.com

47. خليفة بوجادي، في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم، بيت الحكمة للنشر والتوزيع العلمية، الجزائر، 2009.

48. داود امين، القدرات الاقناعية لوسائل الاعلام، ينابيع العراق، 26 كانون الثاني 2015.

49. الدرس اللغوي : بلاغة الاقناع، موقع الشامل، تاريخ الزيارة 6 - 11 - 2015، www.achamel.info.

50. رائد حسين عباس، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الثالث، كلية الإعلام - جامعة بغداد، حزيران 2007.

51. ربيعة العربي، بلاغة الحجاج وتقنيات التأثير، مركز الدراسات والابحاث العلمانية في العالم العربي، 29 - 3 - 2013، www.ssrcaw.org.

52. الزهراني، معجب، ن الخطاب الحواري في فصل المقال، كتاب الرافد، [ع.2]، دار الثقافة و الاعلام، حكومة الشارقة، [د.ط.]، فبراير 2010.

53. ساميه الدريدي، الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية الى القرن الثاني للهجرة بنيتها واساليبه، منتدى اللسانيات العربية، الاحد 15 نوفمبر 2009.

54. سعيد حسن بحيري، دراسات لغوية تطبيقية في العلاقة بين البنية والدلالة، مكتبة الاداب، القاهرة، 2005.

55. سعيد حسن بحيري، علم لغة النص، المفاهيم والاتجاهات، مؤسسة المختار للنشر والتوزيع، 2004.

56. سعيد يقطين، انفتاح النص الروائي (النص - السياق)، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 1989.

57. سلوى إبراهيم حسن دهمش، اتجاهات الخطاب الصحفي الإلكتروني نحو الحركات الإسلامية: دراسة تحليلية مقارنة على موقعي صحيفتي الأهرام المصرية والهيرالد تريبون الدولية الأمريكية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، 2008.

58. سمير أبو حمدان، الإبلاغية في البلاغة العربية، منشورات عويدات الدولية، بيروت، 1991.

59. سهام الشجيري، النمذجة البشرية في الصحافة العراقية، دراسة مسحية لموضوعات النمذجة البشرية لشهري اذار ونيسان لعام 2011، العدد : 20، مجلة الباحث الاعلامي، جامعة بغداد - كلية الاعلام، 2013.

60. سيد محمد سادق الشنقيطي، الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي، الرياض، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1996.

61. الشيخ علي محفوظ، التعبير، شبكة الالوكة، www.alukah.net، 2008 - 7 - 20.

62. صالح شاكر وتوت، الخبر الصحفي عنصر اساس من عناصر العملية الاعلامية، جامعة اهل البيت، كربلاء، بحث منشور على موقع الجامعة.

63. صلاح فضل، علم الأسلوب - مبادئه وإجراءاته، بيروت : دار الآفاق الجديدة، 1985.

64. صلاح فضل، علم الأسلوب وصلته بعلم اللغة، ط2، الرياض : دار العلوم للنشر، 1989.

65. طارق شفيق حقي، قراءة أسلوبية في نص شعري، مجلة الأديب العربي، موقع أسواق المرید، الخميس 5 - 4 - 2007.
66. الطاهر وعزيز، المناهج الفلسفية، مجلة المناظرة، ع 2.
67. طه عبد الرحمن، اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي، ط2، المركز الثقافي العربي، البيضاء، 2006م.
68. طه عبد الرحمن، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، بيروت/الدار البيضاء، 1998.
69. طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت، الدار البيضاء، 2000.
70. طلعت همام : مائة سؤال عن التحرير الصحفي، مؤسسة الإعلام والصحافة - دار الفرقان للنشر والتوزيع : عمان، 1984.
71. عاطف عدلي العبد، و نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
72. عامر مصباح، الاقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
73. عبد الله ابراهيم، الفصاحة السردية الجديدة، جريدة الرياض اليومية السعودية، العدد : 16707 في 22 - مارس - 2014.
74. عبد الله الطويرقي : علم الاتصال المعاصر دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية في المجتمع السعودي، ط2، مكتبة العبيكان : الرياض، 1997.
75. عبد الله علوان، الصحافة وحرية التعبير، موقع صوت الإنسانية، 2-6-19، 2007: PM 12،

76. عبد الله بدران، الرسائل الاعلامية تأثيرات معرفية وتغيرات سلوكية، مجلة الكويت، 2010، موقع المجلة على الشبكة الدولية (الانترنت)، www.kuwaitmag.com.
77. عبد الله صوله، الحجاج اطره ومنطلقاته وتقنياته من خلال مصنف في الحجاج - الخطابة الجديدة لبرلمان وتيتيكاه، اشراف حمادي صمود، منشورات كلية الآداب، منوبة، سلسلة آداب، 1999.
78. عبد الإله مصطفى عبد الرزاق الخزرجي، تحليل لغة الدعاية، بغداد : مطبعة التوجيه السياسي، 1984.
79. عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
80. عبد الستار جواد، صناعة الاحبار، بغداد : دار الكتب للطباعة والنشر، 2000.
81. عبد الستار جواد : اللغة الإعلامية دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، منشورات دار الهلال للترجمة : المملكة الاردنية الهاشمية، اربد، 1998.
82. عبد السلام المسدي، المقاييس الأسلوبية في النقد العربي من خلال البيان والتبيين للجاحظ، حويلات الجامعة التونسية، العدد 13/1976.
83. عبدالسلام عشير، عندما نتواصل نغير، مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، إفريقيا الشرق، 2006.
84. عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، بيروت : دار الجيل، 1411 هـ - 1991م.
85. عبد العزيز شرف، فن التحرير الاعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1987.
86. عبد العزيز شرف، فن المقال الصحفي في ادب طه حسين، ج1.

87. عبد الفتاح القلقيلي، فن الكتابة، ملف، بحث منشور على الانترنت www.google.com.
88. عبد القاهر الجرجاني : دلائل الإعجاز، ط2، مكتبة سعد الدين : دمشق، 1987.
89. عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، دار الكتب الجديدة المتحدة، بيروت، لبنان، 2004.
90. عبد المؤمن بن عبد الله اليقين، نحو بلاغة اعلامية جديدة، صحيفة المدينة السعودية، ملحق الاربعاء الاسبوعي، العدد : 19180، 28 - 10 - 2015.
91. عدنان بن ذريل، في البلاغة الجديدة، دمشق، 2004.
92. عدنان شبير، الفرق بين النقد والبلاغة موضوع نقاش، الجامعة السيفية بالهند TR-2505، نشر على موقع مجلس الأدب العربي، 8 سبتمبر 2005. alwaraq.net
93. عرض موجز للبلاغة والحجاج عند بيرلمان، مدونة الباحث رشيد اعرضي، البلاغة والنقد، www.balagharachid.blogspot.com
94. عز الدين غاري، النموذج الاستدلالي من الحساب الصوري البرهاني الى الخطاب الحجاجي الطبيعي، الحوار المتمدن، العدد : 1717، 28 - 10 - 2006.
95. عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، الأردن، مكتبة الكنتاني، 1986.
96. علي منعم القضاة، كتابة متقدمة للأخبار والتقارير الصحفية، موقع روزنامه واني، 12 نيسان 2015، www.rozhamawany.com
97. عبي الجارم، و مصطفى امين، البلاغة الواضحة البيان والمعاني والبديع للمدارس الثانوية، في اسلوب ادبي واضح، ط7، دار المعارف بمصر، بلا تاريخ.

98. علي بو ملح، في الاسلوب الادبي، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 1995.
99. العمري آسيا، البعد البلاغي والحجاجي للسخرية من منظور التداولية، اخبار الحمقى والمغفلين النموذج، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، 14 - 4 - 2013.
100. فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2000.
101. فاروق أبو زيد، د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مركز جامعة القاهرة، التعليم المفتوح، 2000.
102. فتحي الشيخ، كتابة الخبر الصحفي... الخروج من القوالب القديمة، موقع الصوت الحر، الشبكة العربية لدعم الاعلام، 9 - 12 - 2013، www.asahnetwork.org.
103. الفلسفة الحديثة : نص ديكرت (في رحاب) الفلسفة والمنهج، بدلالة : خصائص الاسلوب التقريري، www.oula-bac.ab.ma.
104. فن كتابة المقال (الدروس 1 - 6)، منشور على الموقع، www.mediumd.com.
105. قيس عبد الحسين الياسري، وحيد جاعد محسن، الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، كلية الاداب، 1987.
106. قيس الياسري، وآخرون، الفنون الصحفية، بغداد : دار الحكمة للطباعة والنشر، 1991.
107. قيس مجيد عبد الحسين علوش، مفهوم واهمية النماذج، محاضرة، شبكة جامعة بابل، 15 - 5 - 2012.
108. الاسس الحجاجية للمقال الافتتاحي، منشور على الرابط :

<https://Omar.Belkheir.wordpress.com>

109. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الاسلامية، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2008.
110. كريم الوائلي، الخطاب النقدي عند المعتزلة، بغداد، 2006.
111. كورنيليا فون راد - صكوحى، الحجاج في المقام المدرسي، كلية الآداب، منوبة، تونس، 2003.
112. مجلة نزوى، اشكالية الحدث والواقع... قول الحقيقة لا ينفي الكذب، العدد : 73، 6 - 6 - 2015.
113. مجلة نزوى، الدلالات الاسلوبية والبنوية بين عبد القاهر الجرجاني وميكائيل ريفاتير، العدد الثامن والسبعون، 9 - 12 - 2015، www.nizwa.com.
114. مجلة الخطاب، كلمة العدد، العدد الثاني، دار الامل للطباعة والنشر والتوزيع، المدينة الجديدة - تيزي ورو، منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري، ماي 2007.
115. مدونة مستر اعلام، المحاضرة الرابعة، اللغة الاعلامية، موضوعية اللغة واهميتها، الاثنان 6 - 1 - 2014، me3lam.blogspot.com.
116. مشكور كاظم العوادي، و محمد عبد الرضا محسن، الاعلامية في الدرس البلاغي العربي، دراسة في ضوء علم النص، مجلة اللغة العربية وآدابها، 2013.
117. محمد مشبال: البلاغة والأدب، من صور اللغة إلى صور الخطاب، دار العين، القاهرة، مصر، 2010.
118. محمد الدروي، الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1996.
119. محمد نادر عبد الحكيم السيد، لغة الخطاب الاعلامي في ضوء نظرية الاتصال دراسة اسلوبية لغوية في نشرات الاحبار الاذاعية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.

120. محمد رجب فضل الله، عمليات الكتابة الوظيفية وتطبيقاتها تعليمها وتقويمها، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
121. محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي، دار الثقافة، الدار البيضاء، 1986.
122. محمد الغامدي، إشكالية المنهج الأسلوبي وخصوصية اللغة، شبكة الفصحى لعلوم اللغة العربية، 4 - 12 - 2005.
123. محمد رضا مبارك، استقبال النص عند العرب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت 1999.
124. محمد احمد القضاة، الأسلوب والأسلوبية والنص الحديث، مجلة دراسات (العلوم الإنسانية والاجتماعية)، عمان، عدد 2 آب 1998.
125. محمد حسام الدين : المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
126. محمد عبد المطلب : البلاغة والأسلوبية، الشركة المصرية العالمية للنشر : لونجمان، 1994.
127. محمود عبد الرؤوف كامل، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس، جامعة القاهرة : مكتبة نهضة الشرق، 1995.
128. محمود فهمي، فن تحرير الصحف الكبرى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1982.
129. محمود خليل، الاتجاهات الحديثة في الكتابة الصحفية، (تيار النمذجة البشرية)، محاضرات القيت في دورة تنمية مهارات الصحفيين العراقيين، جامعة الدول العربية، والاتحاد العام للصحفيين العرب ونقابة الصحفيين المصريين، القاهرة، نيسان، 2008.

130. محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، مصر، 2005.
131. معتصم ركي السنوي، لغة الإعلام وثقافة العصر - النهضة الحديثة ومشكلات الحضارة، مجلة ألف ياء، Alef yaa.com، 8: 19، 2007 / 11 / 1.
132. معهد توب ماكس تكنولوجيا، شرح تعريف التماذج، منشور على الرابط:
<http://www.forum.topmaxtech.net/t45799.html#ixzz3uhsN8qdX>
133. منذر عياشي، الأسلوبية عند ميشال ريفاتير، مجلة اليوم الالكتروني، العدد : 1137، السنة الأربعون، الاثنين 2 - 8 - 2004، ص اليوم الثقافي.
134. منذر عياشي، الأسلوبية وتحليل الخطاب، مركز الانماء الحضاري، حلب، 2002.
135. مير بن رحال، الحجاج الحاطي في الخطاب الاعلامي المصري الرسمي، مصر 2012 ثورة ام انقلاب، موقع هبه بريس، 2015، www.hibapress.com.
136. من اساليب الاقناع في القرآن الكريم، استراتيجيات الاقناع، تقديم : عمر عبيد حسنة، المكتبة الاسلامية، شبكة اسلام ويب، www.library.Islamweb.net، تاريخ الدخول للموقع، 17 - 11 - 2015.
137. مهدي الجندوبي، قيم الخبر، وثائق تعليمية في الصحافة، 18 - 11 - 2010.
138. الموسوعة الحرة، ويكيبيديا، تسلسل ماسلو الهرمي للاحتياجات.
139. نبيل حداد، أدوات الربط في الكتابة الصحفية باللغة العربية، مجلة الدراسات الاعلامية، المركز العربي للدراسات الاعلامية، القاهرة، العدد 55، أبريل، يونيو 1989

140. نزهة حانون، الاساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجاً دراسة لجريدتي النصر والخبر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري - قسنطينة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - قسم علوم الاعلام والاتصال، 2007 - 2008.

141. نعيمة يعمرانن، الحجاج في كتاب المثل السائر (لابن الاثير)، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، قسم الادب العربي، جامعة مولود معمري - تيزي وزو - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 3 - 4 - 2012.

142. البقاري حم، حول التقنين الأرسطي لطرق الإقناع ومساكنه، مفهوم "الموضع" مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بفاس، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، ع9، 1987.

143. نهاد الموسى، لغة الاعلام : ثنائية اللحن وفصل الخطاب، مجلة الاعلام والاتصال، ع133، عرة رجب 1430 هـ 24 يونيو 2009.

144. نور الدين بلييل، الارتقاء بالعربية في وسائل الاعلام، سلسلة كتاب الامة، الكتاب الرابع والثمانون، مركز الدراسات والبحوث، وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية، دولة قطر، 1422 هـ

145. هادي نعمان الهيتي : في فلسفة اللغة والإعلام، الدار الثقافية للنشر : القاهرة، 2006.

146. وداد محمد نوفل، بلاغيات الخطاب الاعلامي واثرها في لغة الطفل، كلية الآداب - جامعة الملك سعود، بحث pdf منشور على الشبكة الدولية (الانترنت).

147. وائل عزيز، التعبير البليغ، الجزء الاول، المجموعة الدولية للقيادة والابداع.

148. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، نظرية الحجاج، تاريخ الزيارة 7 - 11 - 2015.

<https://ar.wikipedia.org/wiki>

149. الايضاح في علوم البلاغة، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.

رابعاً: الكتب المترجمة

1. اوليفير يبول، التحليل البلاغي الحجاجي للنص الصحافي، تحليل حوار صحافي، ترجمة : د. عبد الواحد التهامي العلمي، د. محمد ميشال، منشور على الموقع الالكتروني، تاريخ الدخول للموقع، 7 - 11 - 2015. medchbal.e-monsite.com/pages/--2/-htm
2. باتريك شارودو، الحجاج بين النظرية والاسلوب، عن كتاب نحو المعنى والمبنى، ترجمة : احمد الود، دار الكتاب الجديد، 2009.
3. البرت ل.هستر، و واي لان ج. تو، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة : كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988.
4. بلينجر، الآليات الحجاجية للتواصل، ترجمة : عبد الرقيق بوري، 1996.
- ربيعة العربي، بلاغة الحجاج وتقنيات التأثير، الحوار المتمدن، 29 - 3 - 2013.
5. جوناثان بينغل، المدخل الى سيمياء الاعلام، ترجمة : محمد شيا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2011.
6. الخطابة لأرسطو : ترجمة : د. عبد الرحمن بدوي، دار الرشيد للنشر - سلسلة الكتب المترجمة (14) : بغداد، 1980.
7. دومينيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة : محمد يحياتن، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2008.

8. دوريس جرابر وآخرون، سياسة الاخبار واخبار السياسة، تعريب : د. زين نجاتي، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004.
9. ديبرا بوتر، دليل الصحافة المستقلة، مكتب برامج الاعلام الخارجي، وزارة الخارجية الامريكية، 2006.
10. روبرت دي بوجراند، النص والحطاب والاجراء، ترجمة : د. تمام حسان، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
11. ستاني جونسن، وجوليان هاريس، استقاء الانباء فن صحافة الخبر، ترجمة بتصرف : وديع فلسطين، ط7، دار المعارف بمصر، 2002.
12. فيليب غايار، تقنية الصحافة، ترجمة : فادي الحسيني، ط2، بيروت- باريس: منشورات عويدات، 1983.
13. كراهم هاف، الاسلوب والاسلوبية، ترجمة : كاظم سعد الدين، دار آفاق عربية، بغداد، سلسلة كتب شهرية، كانون الثاني 1985.
14. كورتيس ماك دوغال، مبادئ تحرير الاخبار، ترجمة : اديب خضور، ط5، دمشق، سلسلة المكتبة الاعلامية، 2000.
15. مارغوت هاينمان، و فولفغنغ هاينمان، اسس لسانيات النص، ترجمه عن الالمانية، موفق محمد جواد المصلح، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2006.
16. مانفريد فرانك: حدود التواصل الإجماع والتنازع بين هابر ماس و ليوتار، ترجمة وتعليق : عز العرب لحكيم بناني، إفريقيا الشرق، 2003.
17. ملفين ديفلر وساندرا بول، نظريات الإعلام، ترجمة : كمال عبد الرؤوف، الطبعة الثانية، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1998.

18. ميلفن مينتشر، تحرير الاخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، ترجمة : اديب خضور، المكتبة الاعلامية، دمشق، 1992.
19. نيكي هيس، في اللغة والمعرفة اللغوية، تعريب : ضياء الجصاني، مراجعة علمية : قيس النوري، مراجعة لغوية : رفعت السوداني، سلسلة كتاب الحكمة الشهري، بيت الحكمة، بغداد، 2007.
20. نيقولا تيهاشف، نظرية علم الاجتماع طبيعتها وتطورها، ط8، ترجمة : محمد عودة، دار المعارف، القاهرة، 1983.
21. هنريش بليث، البلاغة والأسلوبية، ت: محمد العمري، إفريقيا الشرق، المغرب، 1999.

خامسا : الكتب الاجنبية

1. Albertp. (sous la dir) (1989) : Lexique de la presse ecrite , Dalloz , paris
- Ibid
2. Jean cohen. structure du langage poetique Paul Riccoeur.L a metaphore vive
- 3.Philippe Breton L, argumentation dans La communication 3eme ed Repares
4. Le grand Robert. Dictionnaire de la langue française. T. 1. Paris 1989
5. Meyer - Michel-logique langageet argumentationp136 hachette- université
- 2éme édition paris 1982

6. Jean elaner dans technique et pratique de l'argumentation (voir argumentation Reneé et Jean sumanet p 19. les editeurs d'organisation paris 1990
7. Perelman et Traite. Traite de l argumentation. OP.Cit.p5.
- 8 . Charnley,Mitchell:Reporting
- 9 . Campbell Laurence .R. and Wolseley Rolande : Newsmen at Work :pp42-47
- 10 . Max Coltheart: Modularity and cognition - Trends in Cognitive Sciences, 1999
11. Tooby, John and Cosmides, Leda 1992 *The Psychological Foundations of Culture*, in Barkow, Jerome H., Cosmides, Leda, Tooby, John, (1992) *The Adapted Mind: Evolutionary Psychology and the Generation of Culture*, Oxford University Press, ISBN 0-19-506023-7,
12. Van Dijik,op.cit.
13. Dennis T. lowery , " Agnew and the Net work T. V News : a Before l After content Analysis , op. cil.

محتويات الكتاب

الموضوع	الصفحة
المقدمة	5
الفصل الاول : درجات البلاغة في التعبير الصحفي	9
بلاغة الإقناع في الاتصال والرسالة الصحفية	11
التعبير البلاغي في الخطاب الصحفي	43
خصائص التعبير البليغ	58
الطريق البليغ للمحرر الصحفي (الكاتب)	60
طبيعة الأداء اللغوي البلاغي في الخطاب الاعلامي وأنواعه الصحفية	61
التعبير البلاغي بين الكتابة الوظيفية والكتابة الإبداعية	64
درجة الصفر البلاغي	68
الفصل الثاني : السلم الحجاجي في قوالب تحرير الأنواع الصحفية	73
علاقة الحجاج بالرسالة الصحفية	75
النماذج التواصلية للحجة	92
السلم الحجاجي... مفهومه وقوانينه	92
التصاعد البلاغي في قوالب تحرير الأنواع الصحفية	103
التعبير البلاغي المطلوب في كتابة مقدمة الخبر الصحفي	132

135	استخدامات التدرج البلاغي في مواد الرأي
137	خطة تكوين المقال الصحفي عبر التدرج البلاغي
138	التدرج البلاغي والسرد في الانواع الصحفية
143	التدرج البلاغي وعلاقته بأسلوب صياغة الانواع الصحفية
149	الاسلوب التقريري والتدرج البلاغي الحجاجي
153	الفصل الثالث : النموذج الاعلامي للتدرج البلاغي الحجاجي
155	تمهيد
159	النموذج الصحفي : مفهومه واغراض استعماله
163	التبسيط في النماذج الصحفية
167	نموذج المحاجة
178	النموذج الاعلامي الحجاجي في تحرير الرسالة الصحفية
195	خلاصة النتائج والاستنتاجات
199	المصادر

السيرة الذاتية



الاسم: أكرم فرج الربيعي

محل الولادة: بغداد العراق

الشهادات التي حصل عليها:

- دكتوراه فلسفة في الإعلام صحافة، جامعة بغداد كلية الإعلام، الاختصاص للدقيق: اللغة الاعلامية

- ماجستير في الإعلام صحافة، جامعة بغداد كلية الإعلام

- بكالوريوس صحافة، جامعة بغداد كلية الآداب قسم الإعلام

- دبلوم فني تخصصي في الإحصاء، هيئة التعليم التقني معهد الإدارة الرصافة

مؤلفاته:

- الصحة الأسلوبية في صياغة الأخبار، تكتيك الخبر الصحفي: كتاب صدر في بيروت 2012

- ذاكرة بغداد الثقافية، كتاب مشترك من إصدار مركز الدراسات والبحوث في وزارة الثقافة العراقية، 2013.

- قراءة في قرار مجلس الأمن 1325، كتيب صدر بالتعاون مع معهد المرأة القيادية، بغداد 2013.

- الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الأخبار - دليل أسلوبي في عنوان الخبر الصحفي، كتاب صدر في عمان عن دار آمنه للنشر والتوزيع وبالتعاون مع شركة الباني للخدمات العلمية، 2014.
 - الإعلام والمنظومة الأمنية، كتاب مشترك صدر في بغداد عن دار الأنس.
 - فجوة المعرفة السياسية في التدفق الإخباري، كتاب صدر في بغداد ويروت عن دار يوتيبيا، 2014
 - الثقافة التحديات وترتيب الأولويات، كتاب صدر في بغداد عن دار الجواهري، 2014
 - الكفاءة السيميائية في التحرير الاعلامي دراسة في العلامات وتطبيق المربع السيميائي، كتاب صدر في الاردن - عمان عن دار امجد للنشر والتوزيع، 2016.
- الدراسات والبحوث
- التصاعد البلاغي في اللغة العربية وعلاقته بتحرير الرسالة الاعلامية دراسة في بناء نموذج اعلامي للتدرج البلاغي، بحث قدم الى الملتقى العلمي العالمي للغة العربية الذي عقد في اندونيسيا للمدة من 27 - 29 آب 2015.
 - مشكلات اللغة العربية واثرها في تحرير الرسالة الإعلامية، بحث قدم في المؤتمر الدولي الرابع للغة العربية الذي عقد في دبي للمدة من 6 - 10 / 5 / 2015 ونشر بالكتاب الاول من مجموع 12 كتابا وزعت فيها بحوث المشاركين في المؤتمر
 - كفاية الاتصال والاستعمال اللغوي في تحرير الرسالة الصحفية، بحث قدم إلى ملتقى السيميائ الأول، جامعة بغداد - كلية الإعلام، 2014
 - حدود التباين بين اللغويين والإعلاميين في تحديد معايير الخطأ والصواب في لغة الإعلام، ورقة بحثية شارك فيها في جلسة الدرس اللغوي في الجامعة العراقية، 2014.
 - اطر الخطاب الثقافي ومتطلباته للمرحلة الراهنة، دراسة للنخبة الثقافية، بحث قدم إلى وزارة الثقافة في خطتها السنوية لعام 2014.

- تحديات الثقافة العراقية بعد عام 2003، بحث قدم إلى وزارة الثقافة ضمن خطتها السنوية لعام 2013.
- قياس فجوة المعرفة السياسية الناجمة عن التدفق الإخباري، بحث شارك فيه في الملتقى الدولي الأول لنظريات الإعلام المعاصرة، الجزائر، جامعة الأغواط، 2013.
- دور الثقافة التنظيمية في توجيه سلوك العاملين في وزارة الثقافة العراقية، بحث قدم ضمن نشاطات مركز الدراسات والبحوث في وزارة الثقافة العراقية لعام 2013.
- تكنولوجيا الاتصال في التدريس الجامعي ودورها في تنمية التفكير المعرفي عند المتعلم، ورقة بحثية في أسبوع الإعلام الجامعي، جامعة بغداد، 2013.
- صياغة الفروض في بحوث الإعلام : بحث قدم في الحلقات النقاشية التي أقامتها كلية الإعلام حول المنهجية في بحوث الإعلام، 2009.
- الإرهاب واللا إرهاب والحد الفاصل بينهما : بحث نشر في مجلة الحكمة في بغداد
- المدونات في الصحافة الالكترونية
- دور فضائية الانبار في تسقيط ظاهرة الإرهاب، بحث قدم إلى محافظة الانبار
- الممارسة الصحفية المهنية:
- أسس جريدة أضواء الأسبوعية المستقلة وترأس تحريرها ومجلس إدارتها من عام 2003 - 2006.
- مدير أخبار وسكرتير تحرير أخبار في إذاعة وتلفزيون العراق لغاية 2003
- رئيس مركز أضواء الاستشاري للدراسات والبحوث
- عضو نقابة الصحفيين العراقيين
- عضو جمعية الباحثين والتدريسين
- عضو اتحاد الإذاعيين والتلفزيونيين
- باحث في مركز الدراسات والبحوث في وزارة الثقافة العراقية
- درس العديد من المواد الإعلامية المتخصصة في عدد من المؤسسات الأكاديمية والمهنية الصحفية مثل: وسائل الاتصال ونظريات الاتصال والتحرير الصحفي والخبر

التدرج البلاغي في الرسالة الصحفية

الصحفي والإذاعي ولغة الخطاب الإعلامي واللغة الإعلامية والفن الإذاعي والإعلان وفن المقال الصحفي.

- باحث إعلامي واجتماعي

الجوائز التي حصل عليها

- شهادة تقديرية من الملتقى العلمي العالمي للغة العربية الذي عقد في اندونيسيا 2015.

- شهادة تقديرية من المجلس الدولي الرابع للغة العربية، دبي، 6 - 10 / 5 / 2015

- درع التميز في أسبوع الإعلام الجامعي - جامعة بغداد - 2014 عن مشاركته بورقة بحثية عن الدور الوظيفي للإعلام في إشاعة المعرفة العلمية

- درع التفوق في الدراسات العليا من جامعة بغداد - 2010

- لقب الإبداع الصحفي من نقابة الصحفيين العراقيين، 2005

- لقب الملاكات العلمية عام 2002

- شهادة تقديرية من جامعة الاغواط في الجزائر عن المشاركة في الملتقى الدولي الاول لنظريات الإعلام المعاصر، 2013

- شهادة تقديرية من الجامعة العراقية عن مشاركته في الجلسة البحثية عن الدرس اللغوي، 2014

- شهادة تقديرية من جامعة بغداد - كلية الإعلام عن مشاركته في ملتقى السيمياء الأول، 2014

الاتصال

- إميل alrobay.akram@yahoo.com

- موبايل : 07901873083

د . أكرم فرج الربيعي



هذا الكتاب

لقد ساهم هذا الكتاب في تقديم انموذج اعلامي للتدرج البلاغي في الرسالة الصحفية كان قد اقترحه مؤلفه في بحث لا يتجاوز خمسة عشر صفحة وقدمه الى الملتقى العلمي العالمي التاسع للغة العربية الذي عقد في اندونيسيا للمدة من 27-29 اب عام 2015 ، ونال اهتمام الباحثين والمشاركين في هذا الملتقى العلمي ، ولأعمام الفائدة العلمية كان لابد من التوسع في بحث هذا الموضوع وتناول السلم الحجاجي وقوانينه اذ لم تسمح حدود الصفحات المقدمة للملتقى من تناول المتغيرات الاخرى التي ترتبط بهذا الموضوع مما دفعنا لتأليف هذا الكتاب .

وكما معروف عند اللغويين ان المحاجة تعتمد على تقديم عدد كبير من الحجج مختارة اختيارا حسنا ومرتبطة ترتيبا محكما لتترك اثرها في المتلقي ، يمارس الاعلاميون هذا الاسلوب في تحرير رسائلهم الصحفية بمختلف انواعها (الخبر والتقرير والتحقيق والمقال والحديث الصحفي) عن طريق ترتيب المعلومات من الاكثر اهمية الى الاقل اهمية او بالعكس مستخدمين قوالب الهرم المقلوب او المعتدل بما يناسب كل موضوع ، ويأتي هذا الكتاب ليحدد الآلية الحجاجية البلاغية في تحرير الانواع الصحفية ويقدم تفسيراً علمياً لهذه العلاقة .

دار امجد للنشر والتوزيع

دار أمجد للنشر والتوزيع

جوال : ٠٩٦٢٩٩٦٩٤٦٣٣
هاتف : ٠٩٦٢٩ ٤٦٣٣٧٣٢
فاكس : ٠٩٦٢٩ ٤٦٣٣٧٣٢
٠٩٦٢٩٩٦٩٤٦٣٣

dar.almajd@hotmail.com
dar.amjad2014dp@yahoo.com

عنوان : الأردن - وسط البلد - مجمع الفيز - الطابق الثالث

